

الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية



د. محمد فتحي عمارة

الإعلام الإسلامي
والتحديات المستقبلية

الطبعة الأولى

١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م

جميع الحقوق

محفوظة للمؤلف

توزيع: مكتبة الشروق الدولية

٢٢ شارع الأندلس - مصر الجديدة - خلف حديقة ماري لاند

تليفون وفاكس: ٢٢٥٦٦٣٧٥ - ٢٢٥٦٦٤٢٥

٠١٠٠١٦٣٣٧١٦

Email: shoroukintl@hotmail.com

<http://www.shoroukintl.com>

الإعلام الإسلامي

والتحديات المستقبلية

د. محمد فتحى عمارة

دكتوراه في الأديان والصراع العربي الإسرائيلي

والخبير الإعلامي

البرنامج الوطني لدار الكتب المصرية
الفهرسة أثناء النشر
(بطاقة فهرسة)
إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية (إدارة الشئون الفنية)

عمارة، محمد فتحى.

الإعلام الإسلامى والتحديات المستقبلية / محمد فتحى عمارة.

ط ١ - القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠١٢ م.

١٢٨ ص؛ ١٧×٢٤ سم.

تدمك 8-094-701-977-978

١ - الإعلام الإسلامى.

أ- العنوان.

٥، ١٠٠

رقم الإيداع ٢٠٣٢٨/٢٠١٢ م

الترقيم الدولى 8 - 094 - 701 - 977 - 978 I.S.B.N.

إهداء

إلى أمي ...

وإلى أبي ...

حبًا وعرفانًا...

مقدمة

في عقد الخمسينيات من القرن الماضي كانوا يقولون إذا كنت تملك تليفونا فأنت نصف رئيس جمهورية، وكان المخرج العالمى مصطفى العقاد يقول: «أعطوني فضائية وخذوا العتاد العسكرى الذى تريدون»، وفى أيامنا هذه لم يعد الإعلام قانعًا بمجرد كونه السلطة الرابعة - كما كان يقال قديمًا - بل أصبح ودون نزاع هو السلطة الأولى فى عصرنا هذا، لما يلعبه من دور خطير آخذ فى التزايد بهرور الوقت.

فلا أحد ينكر أن الإعلام يشكل أداة ذات تأثير عميق فى بناء الشخصية وتكوين دوافعها وتوجهاتها، ورسم صورة ذهنية معينة وترسيخها فى الأذهان، وهو ما ينعكس على أنماط السلوك لدى مستقبل الرسالة الإعلامية، ومن ثم على المجتمع ككل.

وفيما يتعلق بالإعلام الإسلامى فما من شك فى أن مستقبله يبقى مرتبطًا بقدرته على فهم الآخر والانفتاح عليه وفهم طبيعة الحوار معه، وفى ذلك يرى أحد الفلاسفة أن (مركز الأنا فى الآخر)، أى أنه لى تحقق ذاتك فلا بد أن توجه كل طاقاتك لخدمة

هذا الآخر، وهى فرضية نعتقد أنها أساسية لتحقيق التعايش بين الشعوب، كذلك فهى غاية يجب أن يسعى إليها الإعلام الإسلامى الهادف؛ فالإسلام يرفض المركزية الحضارية - أى سيادة حضارة واحدة عالميًا - فلم يهدم الحضارات السابقة ولم يقضى على الهويات للمجتمعات التى دخلها، من هنا فلا بد من الاعتراف بالآخر وبخصوصيته الثقافية، وبأن كل حضارة تحمل فى طياتها أنساقاً ثقافية وفكرية مختلفة تعبر عن هويتها الخاصة.

ولابد لنا أن نعتز أن الإعلام الحالى يسهم بشكل أو بآخر فى خلق وعى زائف لدى الإنسان العربى والمسلم ويعمل على إعاقة نموه الفكرى وإحساسه بعمقه وامتداده الحضارى، ويمارس اعتداءً منظماً على منظومة الأخلاق والقيم العربى والإسلامية، بل أصبح متهمًا بمساهمته الكبيرة فى نشر الجرائم الأخلاقية داخل المجتمع، حتى قيل إذا كان السجن هو المدرسة الابتدائية للجريمة فإن التلفزيون هو جامعتها.

من هنا يأتى دور الإعلام الإسلامى فى تقديم رسالة أكثر أخلاقية معتمداً على الحرية المقترنة بالمسؤولية، إلا أنه ليس كالإعلام الحكومى فى النظم الشمولية والذى يأخذ توجهًا رأسيًا «من أعلى إلى أسفل» وغير قابل للنقاش، وهو ما يطلق عليه الإعلام الأبوى، إذ يعتقد أن جمهوره طفلاً صغيراً لا يدرك مصلحته.

ومن القضايا التى يجب أن يركز عليها الإعلام الإسلامى هى إعادة الاعتبار إلى الإنسان - فهو الغائب الأكبر فى هذه المشاريع الإعلامية - والاهتمام بأبعاده الروحية والعقلية والمادية دون التركيز على البعد المادى الذى يعد السمة الأساسية للحضارة الغربية، فلا أحد ينكر سيطرة مظاهر الحياة الغربية، على المشهد الثقافى والاجتماعى فى العالم العربى والإسلامى، من هنا يجب ألا يأخذ الإعلام الإسلامى المصطلحات وأنماط السلوك التى يتداولها الإعلام الغربى على علاقتها ودون أن يخضعها لمنظومة القيم الخاصة به.

وتبقى مسألة أخرى وهى ضرورة حسم الموقف الإسلامى من العديد من القضايا الملحة التى تواجه الإعلامى المسلم مثل: الموقف من الصورة، والفن التشكيلى، والموسيقى، اشتراطات ظهور المرأة فى الإعلام، من هنا تأتى الدعوة لوجود هيئة عالمية للفتوى لتوحيد

الفتاوى بهذا الشأن، كي لا ندخل في سجلات فقهية تكون ساحتها وسائل الإعلام وعلى مرئي ومسمع من العالم.

إن التحدي الأكبر الذى يواجه الإعلام الإسلامى هو محاولة تصحيح صورة الإسلام التى شوهها الإعلام الغربى؛ فبعد أن انتهت الحروب الأيديولوجية (رأسمالية وشيوعية) رأى الغرب أن الحروب القادمة هى حروب دينية، أو بالأحرى حروب بين الحضارة الغربية والإسلام، وهو ما أوجد مبررًا لمحاولات الولايات المتحدة الأمريكية الرامية للهيمنة وفرض رؤية أحادية على العالم بحجة أن هذه الرؤية سوف تنقذ العالم من دمار محقق، وهى الرؤية التى ساهم فى تعميقها كل من فرانسييس فوكوياما فى أطروحته «نهاية التاريخ»، وصمويل هنتجتون فى أطروحته «صراع الحضارات». والتى ادعت أن صراع الحضارات هو ضرورة حتمية قادت إليها التطورات الأخيرة وأن العالم ينقسم إلى محورى الخير والشر - يتبناها المحافظون الجدد بالولايات المتحدة الأمريكية - وأن على محور الخير - متمثلًا فى الحضارة الغربية - القضاء على محور الشر - متمثلًا فى الإسلام المتطرف - . وهو أمر يجب أن نتصدى له إعلاميًا، من خلال التعريف بالإسلام الوسطى الذى يدعو لقيم الإخاء والتسامح والتعايش بين البشر.

فإذا أردنا أن لا نقبع كثيرًا فى المنطقة المعتمدة من العالم فعلينا أن نقدم مشروعًا حضاريًا ينقذ العالم من كبوته، مشروعًا يطلقه العالم الإسلامى يدعو إلى تحقيق السلام العالمى وحل النزاعات الدولية وطرح نموذج روحى وأخلاقي فى مواجهة النموذج المادى السائد، وفى الوقت ذاته يقدم بديلًا اقتصاديًا إسلاميًا بعد انهيار الاقتصاد العالمى، مشروع يعرض الإسلام الحضارى بخطاب ملائم وعصري، ويعالج القضايا برؤية علمية واقعية تواكب المتغيرات على الساحة الدولية.

وأخيرًا، تبقى إشكالية أخرى، هل نقدم من خلال الإعلام الإسلامى خطابًا وعظيًا عاطفيًا أم عقليًا تحليليًا أم أن المطلوب هو التوازن بينهما؟

وهل نعتمد فى تقديمنا للرسالة الإعلامية على الخطاب المباشر أم الإيحائي الإسقاطى أم أن نضعها فى قالب درامى؟

وهل استطاع الإعلام الإسلامى فى اللحظة الراهنة أن يرسم ملامح وجوده الحقيقى أم أنه لا يزال فى طور التجريب؟

وهل سيكون الإعلام الإسلامى موجهاً أم تجارياً تحكمه قوانين العرض والطلب ؟

وما هى التحديات التى تواجه الإعلام الإسلامى هل هى تحديات داخلية أم تحديات خارجية؟

وما هى الضوابط والمعايير التى يجب أن يلتزم بها الإعلام الإسلامى وما هى أهدافه وغاياته؟

تلك هى بعض من التساؤلات التى سيحاول هذا الكتاب الإجابة عليها، راجين من الله عز وجل أن يكون إسهاماً علمياً ولو متواضعاً يستفيد منه المتخصصون فى الإعلام الإسلامى والدعوة الإسلامية.

والله ولى التوفيق

الفصل الأول

الإعلام مدارس ونظرياته

رأينا في هذا الفصل أن نلقى الضوء على الإعلام بصفة عامة - والذي يعد الإعلام الإسلامي جزءاً منه - بمدارسه ونظرياته المختلفة، وطبيعة العلاقة بين الرسالة الإعلامية والمستقبل، وذلك لكي يعمل الإعلامي المسلم عن وعى وإدراك لمستجدات الإعلام الدولي، وأبرز ما قُدم من إسهامات في هذا الصدد.

وبداية سوف نتحدث عن مفهوم الإعلام في اللغة والاصطلاح.

الإعلام لغة واصطلاحاً:

الإعلام في اللغة: الإعلام في اللغة يأخذ دلالة واضحة وهي التبليغ وذلك طبقاً لما جاء بالآية الكريمة ﴿يَا أَيُّهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾ [المائدة: ٦٧] والحديث الشريف «بلغوا عني ولو آية»

وكلمة إعلام هي مصدر من اعلم وتعنى وضع علامة على الشيء، فعند العرب (اعلم الفرس) أى وضع علامة على الفرس عند الحرب، وبذلك فالإعلام يعنى وضع العلامة على الشيء لإظهاره.

والإعلام غير التعليم، الأول يعنى الإخبار والثاني يعنى التكرار.

والإعلام في الاصطلاح: هو العملية التي يتم من خلالها تزويد الناس بالمعلومات والحقائق والتي تساعد على تكوين رأي في موضوع محدد.

أو أنه «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها»^(١).

أهداف الإعلام:

يذكر رجال الإعلام المعاصر أن للإعلام أهدافًا وغاياتٍ نهائية الواجب الوصول إليها من خلال العمليات الإعلامية، ويحددون الأهداف في الأمور الآتية:

- ١- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس (الأخبار).
- ٢- نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل، والمساعدة على نشأة الجيل الجديد من الأطفال أو الوافدين الجدد على المجتمع، وهذا ما يطلق عليه: التثقيف والتعليم والتربية.
- ٣- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.
- ٤- مساعدة النظام الاجتماعي؛ وذلك بتحقيق الإجماع والاتفاق بين أفراد الشعب أو الأمة الواحدة عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة^(٢).

وسائل الإعلام:

وهي تنقسم إلى وسائل قديمة وأخرى مستحدثة

الوسائل القديمة: الخطبة، المحاضر، المناظرة والحوار، الشعر، الكتب.

الوسائل المستحدثة: ■ مقروءة: الصحف والمجلات والنشرات.

(١) إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي .

(٢) حسن الأشرف: الأهداف والغايات بين الإعلام الإسلامي والآخر .

■ سمعية: إذاعة وتسجيلات.

■ بصرية: الملصقات واللوحات.

■ بصرية سمعية: التلفزيون والانترنت^(١).

ولاشك في أن الأخيرة هي الأكثر تأثيراً في الوقت الراهن.

نظريات الإعلام:

والتي من خلالها تحدد الوسيلة الإعلامية سياستها، وهي:

١- النظرية الفردية في الإعلام (نظرية الحرية) (Freedom Theory): وتنطلق من الليبرالية والحرية

الفردية والمذهب الفردي . وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرًا في نشر ما يعتقد

أنه صحيحًا عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

وترى وسيلة الإعلام تأسيسًا على تلك النظرية أن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة

الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف الفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي

حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية الرقابة على وسائل الإعلام في ظل

نظرية الحرية هذه فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة.

وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من

خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام، كحق مشروع للجميع .

إلا أن ما أخذ على هذه النظرية أنها تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة

للخطر، وتتدخل في حياة الأفراد الخاصة، دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من

أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أنه يؤخذ على الإعلام في ظل

(١) المستشار على جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٨٩م.

هذه النظرية أنه أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية لتلك الوسيلة الإعلامية.

٢- النظرية الجماعية في الإعلام (الشمولية) (نظرية السلطة) (Authority Theory): أى تغليب مصالح الجماعة - أو السلطة الحاكمة باعتبارها ممثلًا للجماعة - ولا تنظر إلى حرية الفرد، وتتبنّاها دول العالم الثالث فهو إعلام حكومي، وقد كان في فترة ما معبراً عن الماركسية والنازية والفاشية، وهي تعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة وتمثل تجربة هتلر تجربة أوروبية معاصرة، في ظل هذه النظرية، كذلك التجربة المصرية والتي شاهدناها واقعاً في الإعلام الحكومي قبل ثورة ٢٥ يناير، وكيفية تعامله مع الأحداث أثناء الثورة .

٣- النظرية الوسط (نظرية المسؤولية الاجتماعية) (Social Responsibility Theory): والتي تقف في منطقة وسط بين دور الفرد ودور الجماعة، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال وضع القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وهي جاءت كرد فعل على نظرية الحرية، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة استخدام الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وذلك طبقاً للمثل القائل «حريتك تنتهي، حيث تبدأ حقوق الآخرين»، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام، مثل:

الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، في ذات الوقت يجب أن تعبر وسائل الإعلام عن التعددية داخل المجتمع وتعكس تنوع الآراء والأفكار به، وفي الوقت ذاته تحافظ على أخلاقياته وقيمه ومثله العليا، وأن تعطي وسائل لإعلام أولوية للمهام التنموية للوطن وللثقافة الوطنية واللغة الوطنية، مما يحافظ على هوية الوطن.

ونحن نرى أن النظرية الأخيرة - نظرية المسؤولية الاجتماعية - هي الأنسب لعالمنا العربي والإسلامي؛ إذ تدعو إلى الحرية المنبثقة من المسؤولية، وهي إحدى القيم التي دعا إليها الإسلام.

الإستراتيجية الإعلامية:

وهي الخطة المسبقة التي يتم وضعها قبل الشروع في تقديم الرسالة الإعلامية، والتي تحدد الملامح العامة لها وسبل تطبيقها على أرض الواقع؛ فالإعلام لا يجب أن يترك للعشوائية والارتجال، بل من الضروري وضع الاستراتيجيات بهدف ترجمة السياسات التي تم الاتفاق عليها إلى إنجازات عملية وإمكانية تنفيذها للتعرف على جدواها في مجال تغطية احتياجات المستقبلين والمشاهدين، وتلبية رغباتهم في حدود الإمكانيات المتاحة، والاختيار بين البدائل الموجودة، ووضع بدائل احتمالية للأحوال الطارئة، وهي أمور تحتاج لدراسات مسحية ميدانية للمجتمع - المستقبل للرسالة - للتعرف على توجهاته ورغباته وقيمه واحتياجاته .

فيجب أن تتضمن الإستراتيجية والخطط مشروعات تلبي احتياجات المستقبلين سواء كانت احتياجات عاجلة يجب أن تتوفر فور المواجهة لواقع ملح، أو احتياجات متوسطة المدى أو احتياجات بعيدة المدى، وتقتضى عملية وضع الإستراتيجية تحديد طبيعة الإعلام المنشود، فهل هو إعلام موجه أو غير موجه؟ وهل هو إعلام وطني أو قومي أو دولي أو محلي.

كما تستلزم عملية وضع استراتيجية للإعلام مراعاة الكم الإعلامي من حيث عدد ساعات البث أو فئات المشاهدين أو المستقبلين والأماكن والمواقع التي يصل إليها، كما يراعى كيف النوعي من حيث مضمون ومحتوى المواد، وجودة الأداء المهني،

والأجهزة المستخدمة، والتوازن بين وظائف الإعلام من حيث الإخبار والتثقيف والتعليم والترفيه^(١).

والآن لننتقل للحديث عن العملية الاتصالية بنظرياتها المختلفة، وهى العملية التى من خلالها يتم نقل المادة الإعلامية إلى المستقبل أو الجمهور.

العملية الاتصالية:

يقول المؤرخ والكاتب الإنجليزي ويلز (H.G. Wells): «إن تطور التاريخ الإنسانى هو ظاهرة اجتماعية واحدة تدفع بالإنسان إلى الاتصال بأخيه الإنسان، في مكان آخر أو مجتمع آخر» وهو بذلك ينظر إلى قصة التطور التاريخى البشرى على أنها قصة تطور عملية الاتصال، ويقسمها إلى خمس مراحل وهى: الكلام، الكتابة، اختراع الطباعة، المرحلة العالمية، وأخيراً مرحلة الإذاعة والاتصال الإلكتروني، وفي هذه المرحلة الأخيرة لتطور الاتصال أصبح للوسائل الإلكترونية دوراً مهماً في حياة المجتمع، واستطاع الإنسان نقل أفكاره ومشاعره ومعلوماته متخطياً كل الحواجز الجغرافية المعروفة.

ويعرف كارل هوفلاند عملية الاتصال هذه بأنها العملية التى بمقتضاها ينقل الفرد (القائم بالاتصال) منبهات «عادة ما تكون رموزاً لغوية» لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين «مستقبلي الرسالة»^(٢).

وقد يَـرَـى أرسطو أن عملية الاتصال تنقسم إلى ثلاثة عناصر هى: الخطبة وخطيب والجمهور.

وقسمها حجة الإسلام أبو حامد الغزالي إلى: المحتسب (وهو القائم بالاتصال)، المحتسب عليه (وهو المستقبل)، والمحتسب منه (وهو المضمون).

(١) من كتاب «الإعلام الإسلامى فى مواجهة الإعلام المعاصر».

وراجع: - دكتور جعفر شيخ إدريس: الإعلام الإسلامى .. ووسائل الاتصال الحديثة

- الدكتور خالد مذكور: مقترحات حول الإعلام الإسلامى

(٢) محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامى، المبادئ النظرية والتطبيق .

ويرى «دوركهايم» بأن خليطاً من التعقيد الاجتماعي، وتوافق الرأي المحدود، وعدم وجود قواعد، والابتعاد النفسي أو العرلة، هي العوامل التي يمكن أن تصنع وسائل اتصال جماهيرية قوية، وفي مثل تلك الظروف يمكن إقناع الأشخاص بسهولة وتغيير مواقفهم بواسطة وسائل الإعلام.

وبشكل عام تقوم العملية الاتصالية Communication Process، على أربعة عناصر وهي: المرسل (SENDER)، والرسالة (MESSAGE)، والقناة أو الوسيلة (CHANNEL)، والمستقبل (RECEIVER) أو الجمهور.

أشهر نظريات الاتصال:

١- نظرية التأثير المباشر:

قام بوضعها العالم والسياسي الأمريكي هارولد لازويل^١ (Harold Lasswell) عام ١٩٤٦م، وقد أطلق عليها اسم نظرية الرصاصة السحرية (Magic bullet theory) أو الحقنة تحت الجلد وهي تفترض أن الأشخاص المستقبلين للرسالة الإعلامية ما هم إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين، حيث تمثل فيه وسائل الإعلام مصادر قوية للتأثير، وتفترض أن الناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، وأن كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، وكذلك يستجيب لها بشكل فردي. ويرى أن عملية الاتصال هي في محاولة الإجابة على سؤال واحد أو أكثر من الأسئلة الآتية: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟

Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect?

(١) هارولد لازويل Harold Dwight Lasswell: هو أحد رواد علم الاجتماع السياسي، وهو أمريكي الجنسية، ولد في شيكاغو في عام ١٩٠٣ وتوفي عام ١٩٧٨م، وهو أحد منظري علوم الاتصالات العالميين. وكان رئيس الأكاديمية العالمية للفنون والعلوم (WAAS) وجمعية العلوم السياسية الأمريكية (APSA). قال إن هناك حاجة الدعاية للحفاظ على الديمقراطيات، واهتم بتأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام.

ومن المآخذ التي أخذت عليها التبسيط الشديد بما يتناقى والواقع وتعقد الظاهرة الإنسانية، فهو يفترض أن الاتصال هو مجرد نقل مجموعة من المعلومات من مصدر إلى مصدر آخر، كذلك فهو يتجاهل الأبعاد النفسية والاجتماعية للمستقبل، إلا أن أهميتها تكمن في أنها فتحت الآفاق أمام بحوث تأثير الإعلام ونظريات الاتصال؛ فهي بحق الخطوة الأولى في هذا المجال.

٢- نظريات التأثير غير المباشر:

وتنقسم إلى ثلاث نظريات فرعية، وهي:

أ- نظرية الحاجات والإشباع: أو الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification Theory

وهذه النظرية ترى أن جزءاً هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم، وهي الاحتياجات التي حددها مارك ليفي عندما قال بأن هناك ٥ أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي - عدم الرضا - التوجه العاطفي - التسلية).

وتقوم النظرية على تفسير سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام، وما يحققه استخدامهم لها من إشباع فكري ونفسي، وقد جاءت هذه النظرية لتقلب المعادلة القديمة والتي كانت تقول: ماذا (يصنع الإعلام) بالناس؟ فطرحنا السؤال بشكل معاكس: ماذا (يصنع الناس) بوسائل الإعلام؟ فاهتمامات الجمهور، وعاداته والغرض الذي يعرض نفسه لوسائل الإعلام من أجله، هو الذي يحدد ما يجب عرضه في وسائل الإعلام.

والجدير بالذكر أن مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع هذا، هو الذي رُوج لمقولة «الجمهور عاوز كده» وذلك دفاعاً عن المادة الهابطة التي تقدمها وسائل الإعلام، فقد روجت للاحتياجات المادية والاستهلاكية والجنسية لدى المستقبل على اعتبار أنها أساسية لديه، وفي الوقت نفسه تم تجاهل أبعاده الروحية.

ب- نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج: وهذه النظرية ترى أن تعرض الفرد لنماذج

السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي كالأعمال الدرامية التي تقدم نماذج حالة من البشر.

ج- نظرية المعنى: يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معاني جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة، فاللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير؛ لذا فوسائل الإعلام والتي تستخدم تلك اللغة لها دور حاسم في تشكيل السوك بشكل غير مباشر. (ومثال على ذلك: ثورة، احتجاجات، اضطرابات، تظاهرات - الفتح، الغزو - هزيمة، نكسة - جيش الاحتلال الإسرائيلي، جيش الدفاع الإسرائيلي)

٣- نظريات التأثير الانتقائي:

وتشتمل على ثلاث نظريات رئيسية، وهي:

أ- نظرية الفئات الاجتماعية: ترى أن الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية مختلفة، وهذه الفئات قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة. وتعتقد تلك النظرية أن السلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة. وكذلك فأغماط الاستجابة هي الأخرى تتشابه في داخل كل فئة، لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثلاً، ولكنه يختلف باختلاف الفئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد.

ب- نظرية الاختلافات الفردية: وترى هذه النظرية أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم الموروثة أو المكتسبة

ومن هنا فوسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي، وذلك بسبب اختلاف الإدراك لدى كل شخص فلأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين، فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثلاً. وهو ما يرجع إلى اختلاف المعتقدات، والقيم، والاتجاهات، من شخص إلى آخر.

ج- نظرية العلاقات الاجتماعية: ترى هذه النظرية أن جمهور وسائل الإعلام ليسوا

مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتصالات، وعائلات، ونوادي، وأن هؤلاء الأفراد يؤثرون في بعضهم البعض، لذا تتشابه تفسيراتهم للرسالة الإعلامية كثيراً.

٤- نظريات الاتصال الإقناعي:

وقد قدمت هذه النظريات عدة نماذج للاتصال ومنها:

أ- النموذج النفسي: يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية - الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.

والنموذج الذي تقدمه هو : بث الرسالة الإقناعية، تغير أو تنشيط العمليات النفسية الكامنة، ومن ثم، تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية.

وهي تتم في أربع خطوات وهي: ١- وصول الرسالة للشخص، ٢- قبوله لها ليفكر فيها، ٣- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذها للسلوك، ٤- اختيار القيام بالسلوك الذي تحمله الرسالة.

ب- النموذج الثقافي الاجتماعي: يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية - من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي.

وهذا النموذج هو: الرسالة الإقناعية، تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية، ومن ثم، تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل لجماعة، ثم بعد ذلك تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.

سبل تأثير وسائل الإعلام على الجمهور:

هناك ثلاثة محاور تحكم تأثير وسائل الإعلام على الجمهور: وهي علاقة لجمهور بوسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، ودور وسائل الإعلام في هذا النظام.

وهناك أربعة أنواع من التأثيرات لوسائل الإعلام وهي:

- ١- تأثيرات عقلية: وذلك بتحريض عقله على التفكير الجدلي في قضية ما.
- ٢- تأثيرات معرفية: وذلك من خلال إزالة الغموض حول قضية ما والتأكيد على المعتقدات والقيم والسلوكيات الخاصة بهذا المجتمع.
- ٣- تأثيرات سلوكية: فالإعلام لا يقتصر دوره على مجرد تقديم المعرفة بل يتعداه إلى إثارة رد فعل سلوكي مثل: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية.

٤- تأثيرات وجدانية: مثل: الحساسية للعنف، المخاوف، الانتماء السعادة، الاغتراب، الألفة.

ومن نماذج الاتصال الشهيرة والتي قام واضعيها بمحاولة تفسير العملية الاتصالية:

١- نموذج شانون وويفر (Shannon-Weaver model): ويقسم هذا النموذج عناصر الاتصال إلى:

مصدر المعلومات، المرسل، إشارة، مستقبل، الهدف.

ولديهما يجب أن يضع مصدر المعلومات في اعتباره تعرض الرسالة الإعلامية لبعض التشويش عند نقلها، وأن هذا التشويش قد يكون راجعا لعوامل نفسية أو ميكانيكية، وهو ما قد يحتم وجود أخطاء وتحريفات في الرسالة الإعلامية.

٢- نموذج شرام «ويلبور شرام» (model Wilbur Schramm):

وعناصر نموذجها هي: المصدر أو صاحب الفكرة، التعبير عن الفكرة وصياغتها في رموز، المستقبل الذي يفك رموز الرسالة، الاستجابة، رجوع الصدى.

وهو لديه دورة تتكرر إلى ما لانهاية.

٣- نموذج ديفيد برلو (model David Berlo): ويتكون من أربعة عناصر: المرسل، الرسالة، وسيلة الاتصال، المستقبل.

إلا أنه يرى أن التشويش قد يظهر في أي عنصر من عناصر الاتصال جميعها،

وهناك أربعة أنواع من التأثيرات لوسائل الإعلام وهي:

- ١- تأثيرات عقلية: وذلك بتحريض عقله على التفكير الجدلي في قضية ما.
- ٢- تأثيرات معرفية: وذلك من خلال إزالة الغموض حول قضية ما والتأكيد على المعتقدات والقيم والسلوكيات الخاصة بهذا المجتمع.
- ٣- تأثيرات سلوكية: فالإعلام لا يقتصر دوره على مجرد تقديم المعرفة بل يتعداه إلى إثارة رد فعل سلوكي مثل: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية.

٤- تأثيرات وجدانية: مثل: الحساسية للعنف، المخاوف، الانتماء السعادة، الاغتراب، الألفة.

ومن نماذج الاتصال الشهيرة والتي قام واضعيها بمحاولة تفسير العملية الاتصالية:

١- نموذج شانون وويفر (Shannon-Weaver model): ويقسم هذا النموذج عناصر الاتصال إلى:

مصدر المعلومات، المرسل، إشارة، مستقبل، الهدف.

ولديهما يجب أن يضع مصدر المعلومات في اعتباره تعرض الرسالة الإعلامية لبعض التشويش عند نقلها، وأن هذا التشويش قد يكون راجعاً لعوامل نفسية أو ميكانيكية، وهو ما قد يحتم وجود أخطاء وتحريفات في الرسالة الإعلامية.

٢- نموذج شرام «ويلبور شرام» (model Wilbur Schramm):

وعناصر نموذجها هي: المصدر أو صاحب الفكرة، التعبير عن الفكرة وصياغتها في رموز، المستقبل الذي يفك رموز الرسالة، الاستجابة، رجوع الصدى.

وهو لديه دورة تتكرر إلى ما لانهاية.

٣- نموذج ديفيد برلو (model David Berlo): ويتكون من أربعة عناصر: المرسل، الرسالة، وسيلة الاتصال، المستقبل.

إلا أنه يرى أن التشويش قد يظهر في أي عنصر من عناصر الاتصال جميعها،

وهو ما يقلل من فعاليته؛ لذلك يجب عزل كل عنصر على حدة وتحديد أهدافه وخصائصه ومواصفاته.

ولا يقتصر الأمر عند هذا الحد بل إن هناك العديد من النظريات التي تم استدعاؤها من علوم مختلفة كعلم النفس وعلم الاجتماع والعلوم السياسية وتطبيقها على علم الإعلام ومنها:

- **نظرية المؤامرة (Conspiracy Theory):** والتي تصور للمتلقى أن هناك مؤامرة كبرى ضده، وهي أكبر من أن يتصدى لها، فهي تفوق قدراته، وبالتالي يستسلم لها وهو ما يقعه عن العمل، ويستخدمها عادة الإعلام الشمولي السلطوي للتبرير لعملياته القمعية ضد الناشطين، وقد حاول الإعلام المصري الحكومي استخدامها بشكل فج وصارخ أثناء ثورة ٢٥ يناير.
- **نظرية التنفيس (Catharsis Theory):** وهي تفترض أن مشاهدة العنف والجس تنفس عما بداخل المتلقى، وهي مأخوذة عن فكر أرسطو في المسرح بأن المعاناة تؤدي إلى التطهير النفسي، فهي تفترض أن مشاهدة العنف قد تفيد في التخلص من المشاعر العدوانية المكبوتة لدى المشاهدين؛ فيصبح العنف التلفزيوني نظاماً تحيلاً بديلاً عن الواقع ويساعد على أن يتنفس الشخص عدوانيته بنفس الطريقة التي تعمل بها الأعلام وطرق التخيل الأخرى فهي متأثرة أيضاً برؤية فرويد، إلا أن الواقع أثبت عكس ذلك فهذه المشاهد أدت لزيادة العنف المجتمعي. وهي نظرية مخالفة للإسلام.

■ **نظرية «التعرض الاختياري» (Selective Exposure Theory):**

وفق هذه النظرية والتي تفسر عملية اكتساب المعلومات Information Acquirement، فإن الفرد يختار أن يعرض نفسه لمصدر معلومات (معين)، ويتفاعل معه، ويتأثر بما فيه من معلومات ويكتسبها، على أساس من احتياجاته. فالتعرض الاختياري، قرار شخصي بهت، يتم بمعزل عن أي نفوذ لطرف خارجي، وهنا نلاحظ قربها من نظرية الحاجات والإشباع.

■ **نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting theory):** فوسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب أولويات الجمهور ودون شعور منه، ذكر نورتن لانج أن الصحف تعتبر المحرك الأول في وضع الأولويات المحلية وأنها تلعب دورا كبيرا في تحديد ما يتحدث عنه الأفراد وما يفكرون فيه. وفق هذه النظرية فالإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيرًا لها في تفكيره وقراراته.

■ **نظرية التأثير التراكمي (Cumulative impact theory):** (طويل المدى) وترى أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة، من خلال تراكم التعرض للوسيلة الإعلامية.

■ **نظرية المعالجة المعلوماتية (Information Processing Theory):** وتبحث في كيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويخترنها في ذهنه ومن ثم يطوعها ويستخدمها بما ينسجم مع رغباته وتوجهاته. والفكرة الرئيسية لهذه النظرية تقوم على الفرضية التي تقول إن الأشخاص لديهم وجهات نظر منظمة ومرتسبة حول بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث التي تقع حولهم، وهذه الصور الذهنية المترسبة في العقل والذهن تساعد على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته، وأيضًا أن لدى الجمهور انطباعات مرتسبة عن وسائل الإعلام أو بعض القائمين بالاتصال من خلال المضامين التي يتحدثون عنها، وهذه الانطباعات تؤثر سلبيًا أو إيجابيًا على الجمهور في تعامله مع هذه الوسيلة ومضامينها بالرفض أو القبول، وبالتالي فإن الأفكار المترسبة في الذاكرة تؤثر على الشخص، بحيث يتجاهل الأفكار التي تتعارض معه ويركز على الأفكار التي تعزز أفكاره، وقد يكون هناك تغيير للأفكار المترسبة في حالة تدفق المعلومات وتركيزها وطريقة عرضها للأفكار والأحداث، وهذه العملية لا تتم بسهولة فهي تواجه بمقاومة صعبة من الأشخاص.

■ **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Mass Media Dependency Theory):** وفكرتها الأساسية تدور حول قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من

التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، وهو التأثير الذي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. ويعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة فمع تعقد الحياة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدريج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً وأكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه، ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام هذه.

■ نظرية الفتور العاطفي: (Emotional apathy Theory) (Desensitization): فكثرة التعرض

لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي، وشعور بالتبلد أو اللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي والارتكان للموقف السلبي.

■ نظرية حارس البوابة الإعلامية (Gatekeeper Theory): وقد طورها عالم النفس النمساوي

الأصل والأمريكي الجنسية (كيرت ليوين (Kurt Lewin, 1977) حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج.

فالرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات.

والعوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية هي أربعة عوامل أساسية:

١- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.

٢- معايير ذاتية تشمل: عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات.

٣- معايير مهنية تشمل: سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

٤- معايير الجمهور.

■ **نظرية الغرس الثقافي (Cultivation theory):** فهي نوع من التعلم ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي كما يقدمها له التلفزيون؛ لتصبح بصفة تدريجية أساسًا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وهو يكون أكبر تأثيرًا على الصغار والأسر غير المتناسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية والأقليات، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرًا مباشرًا حيث يقوم أولاً على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين، وتربط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة - واكتساب المعاني والأفكار والمعتقدات والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي؛ فمشاهدة التلفزيون طبقا لهذه النظرية تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية.

■ **نظرية الفجوة المعرفية (knowledge gap theory):** وتقوم على فكرة التباين الموجود

بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة أو وجود هذا التباين؛ فهي تفترض أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان، وتعتبر دراسة روبنسون (Robinson) عام ١٩٦٧ من أهم الدراسات في فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليمًا ومتابعة لوسائل الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليمًا والأقل متابعة؛ فالمعلومات المتدفقة من خلال وسائل الإعلام في المجتمع، تؤدي بدورها إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع، أكثر قدرة على اكتساب المعلومات بشكل أفضل من الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وبالتالي فإن ازدياد المعلومات ينتج عنه توسيع فجوة المعرفة بدلًا من محوها، كما هو متوقع من وسائل الإعلام كذلك فنتائج اكتساب المعلومات لا تزيد فقط من الفجوة المعرفية، ولكنها ستظهر أيضًا في فجوات السلوك والاتجاهات.

■ **نظرية «الاتساق والتنافر» (Cognitive Dissonance theory):** وهي نظرية متعلقة بطبيعة الجمهور وتقول أن موقف الإنسان يميل إلى اتساق سلوكه مع ما يتلقاه من رسائل، ومن ثم سوف يحاول في المستقبل تجنب تلك الرسائل التي تتنافر مع معتقداته، إذ أن هذه النظرية تفترض أن الإنسان تبرير بطبعه ويتصرف تجاه ما يتلقاه من رسائل لحماية وتبرير الآراء والاتجاهات والسلوك التي يؤمن بها، وأن التنافر حالة غير مريحة تدفعه للعمل على تجنب تلك الرسائل التي تعارض معتقداته؛ لذا يفترض في وسائل الإعلام أن تعبر عن أفكار ومعتقدات الأغلبية (ومثال الثعلب والعنكب هو الأشهر في تفسير هذه النظرية)^(١).

(١) هشام نعيمش: الإعلام الإسلامي في التلفزيون العراقي.

■ نظرية «لولب الصمت أو دوامة الصمت» (Spiral of silence theory): وضعتها إيزابيث

نويله-نومان (Elisabeth Noelle-Neumann) ^(١) والتي بدأت بتشكيل نظريتها في السبعينيات من القرن الماضي، وجوهر هذه النظرية قائم على الافتراض بأن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة، وخلال فترة محددة من الزمن، فإن القسم الأكبر من الجمهور سوف يتحرك في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام لما لها من قوة وتأثير على الجمهور، وبالتالي يتشكل الرأي بما يتناسب وينسجم في معظم الأحيان مع الأفكار التي تدعمها وسائل الاتصال. وذلك بحثاً عن التوافق الاجتماعي. أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فإنهم يتخذون موقف (الصمت) تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة، أو خوفاً من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام، فإنهم يحجبون آراءهم الشخصية، ويكونون أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين، أما الذين لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يكونوا أكثر نشاطاً وجرأة في الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي.

وبذلك فالرأي الذي تتبناه وسائل الإعلام يظل يقوى، وفي المقابل نجد أن الرأي الذي تتبناه المجموعة المعارضة يضعف فيلجأون إلى الصمت، وبذلك نحصل على أثر «لولبي» يزداد ميلاً تجاه الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام، بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور.

وقد وجهت عدة انتقادات لهذه النظرية ومنها: أن مفهوم «الأقلية الصامتة» غير دقيق، فكثيراً ما يقوم هؤلاء (الأقلية) بالنقاش والاعتراض وبشكل قوي رغم الاختلاف مع رأي الأكثرية، كذلك فوسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي

(١) إيزابيث نويله - نومان: ولدت في برلين العام ١٩١٦، ودرست في جامعتها في تخصص الفلسفة والتاريخ والصحافة والدراسات الأمريكية، وكانت ما بين الأعوام ١٩٤٠ - ١٩٤٥ في أميركا لإعداد أطروحة الدكتوراه عن (قياسات الرأي الجماهيري في الولايات المتحدة)، وحينما رجعت إلى ألمانيا أسست في العام ١٩٤٧ أول معهد لدراسة الرأي العام الألماني.

الأغلبية، بل تعكس أحياناً رأي (الأغلبية المزيفة) التي تروج لها، كما كان الإعلام المصري يفعل في عهد مبارك. والذي أوجد (أغلبية صامتة) من الجماهير .

إذاً وبعد أن تعرفنا على العملية الاتصالية بنظرياتها المختلفة؛ فقد وجدنا أنه من الأهمية بمكان أن نتعرف الإعلامى المسلم على مدارس الفن والإخراج المختلفة، والتي كثيراً ما يتم استدعاؤها في وسائل الإعلام، والتي يقسمها المتخصصون إلى:

١- المدرسة الواقعية Realism: وهى نقل الواقع كما هو، وبشكل موضوعى.

فهى تحويل الواقع والطبيعة إلى عمل فني طبق الأصل، وهى مجمل رصد لحالات تسجيلية كما اقتضاه الواقع من حيث الظروف السياسية والاقتصادية والدينية في ذلك العصر؛ فقد اعتقد أصحاب هذه المدرسة بضرورة معالجة الواقع برسم أشكال الواقع كما هي وتسليط الضوء على جوانب هامة يريد الفنان إيصالها للجماهير بأسلوب يسجل الواقع بدقائقه.

٢- المدرسة التعبيرية Expressionism: وهى ترفض مبدأ المحاكاة، وقد ارتبطت بألمانيا في فترة الحرب العالمية الأولى للتعبير عن المأسى والتخريب الذى حدث لهذا الشعب الألمانى.

وقد خرجت هذه المدرسة من أحضان الفن التشكيلي، وفكرة التعبيرية في الأساس هي أن الفن ينبغي أن لا يتقيد بتسجيل الانطباعات المرئية فقط بل عليه أن يعبر عن التجارب العاطفية والقيم الروحية. وهناك فنان ألماني اشتهر بالتعبيرية في بدايته هو الفنان «هنري ماتيس» الذي قال: «التعبير هو ما أهدفه قبل كل شئ . فأنا لا يمكنني الفصل بين الإحساس الذي أكنه للحياة وبين طريقي في التعبير عنه»؛ فالتعبيرية تهدف إلى إبراز أعماق ما تصوره مع المبالغة في خصائصه؛ فهي لا تصور الثعلب مثلاً وإنما ثعلبية الثعلب . ووحشية الوحش وشاعرية الشعر.

وأهم فناني هذه المدرسة هم: «هنري ماتيس - بيكاسو».

٣- المدرسة التأثيرية أو الانطباعية (Impressionism): وتعتمد على الرؤية الذاتية للفنان أو

المخرج^(١).

(١) إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامى.

والآن نرى أنه من المهم أن يضطلع الإعلامي المسلم والذي يعمل في مجال الأخبار سواء المكتوبة أو المقروءة على سبل كتابة الخبر؛ فهناك عدة طرق معتمدة يتم على أساسها صياغة الخبر وهي:

- طريقة الهرم المتدرج: ويكون أهم جزء في الخبر في وسطه.
- طريقة الهرم المعتدل: وينتهي الخبر بأهم معلومة فيه حيث تظل ترتكز في ذهن المستمع والمشاهد.

- ويتم ترتيب الخبر فيه هكذا: أقل أهمية - أكثر أهمية - فأكثر أهمية - أهم ما في الحوار.
- طريقة الهرم المقلوب: وفيها ينتهي الخبر بأقل الأجزاء أهمية وتتركز الأهمية كلها في بداية الخبر فيتم التدرج في أهمية المعلومات الواردة في الحوار أو الخبر من الأكثر أهمية؛ فالأقل أهمية ثم الأقل فالأقل.

أما بخصوص أولوية إذاعة الخبر فيتم ترتيب الأخبار في النشرة وفقا لثلاث مدارس إخبارية:

- أ- نظرية الدوائر: وهي تنادي بترتيب الأخبار وفقا لقربها الجغرافي.
- ب- نظرية القيم: وهي تنادي بترتيب الخبر وفقا لما يحتويه الخبر من قيم وأهميته.
- ج- نظرية التوازن: وهي تنادي بأن تتوازن النشرة قوة وضعفا بين الأخبار المختلفة للحفاظ على المستمع أو المشاهد حتى نهايتها^(١).

سلبيات الإعلام الحالي:

لا أحد ينكر أن واقع الإعلام الفضائي في المجتمعات العربية والإسلامية هو واقع بالغ

(١) إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي.

الخطورة؛ لأنه يزرع - إلى حد بعيد - تحت تأثير الانبهار بتلك الثقافة (المتعملة) ذات الطابع التغريبي التي تبثها وسائل الإعلام الفضائي للجمهور العربي؛ فعوملة وسائل الإعلام أسهمت إسهامًا كبيرًا في توسيع نطاق بث الإعلام الفضائي الأجنبي وإتاحة الفرصة له للوصول إلى المشاهد واستقطابه مهما بعد مكانه، كذلك فقد اتجهت غالبية القنوات الفصائية العربية نحو تقليد القنوات الأجنبية سواء في أشكالها وقوالبها أو في مضامينها وأساليب العرض فيها.

كذلك فالإعلانات التجارية بما تقدمه من مادة هابطة تحولت إلى أدوات هدم اجتماعي فهي لا تلتزم بأي ضوابط أخلاقية ولا تراعي القيم والتقاليد الواجب مراعاتها، ربما يرجع السبب في هذا الخل إلى أن السوق الإعلاني الذي تسيطر عليه الوكالات والشركات الأجنبية ذات الطابع الدولي أو متعددة الجنسيات، والتي لا تهدف إلا لشيء واحد وهو تحقيق أقصى ربح مادي، ناهيك عن كون العديد منها موجهًا لهدم قيم المجتمعات الإسلامية.

ويطرح المفكر الفرنسي بير بورديو Pierre Bourdieu (١٩٣٠ - ٢٠٠٢) في كتابه «التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول» دور التلفزيون في تسطيح الأفكار وتجهيل المشاهدين وتزييف الوعي وتغييبه. فقد شن نقدًا حادًا على فساد وسائل الإعلام الفرنسية وتبعية المثقفين الفرنسيين، والذي وصفهم بأنهم «كلاب الحراسة الجدد لوسائل الإعلام» وبشكل خاص الدور الخطير الذي يلعبه التلفزيون في تكريس الأوضاع والمصالح السائدة وفي التفريغ السياسي والتلاعب بعقول المستهلكين من المشاهدين، وتشكيل الأفكار والوعي العام، وتوجيهها وفقًا لرؤية من يتحكم بهذه الوسائل وهولها، وذلك طقًا لمثل الأمريكي القائل «من يدفع للعازف هو من يختار اللحن».

فالتلفزيون - وكما يرى الكاتب - يملأ أوقات الناس بالأشياء غير الهامة وغير الضرورية وهو يستهلك زمنهم في تفاهات الأشياء، وفي الوقت نفسه تخفي الأشياء الثمينة، وبهذا المعنى فإن التلفزيون يسهم في تدمير الوعي حينما ينشر وعيًا زائفًا أو يحجب المعلومات عبر لعبة يطلق عليه «لعبة المبع بواسطة العرض».

ويؤكد الكاتب أن من يملك المعلومات هو من يستطيع السيطرة والتوجيه؛ فمن يملك يسيطر ويتحكم. هكذا كان الأمر عبر المراحل المختلفة التي مرت بها المجتمعات الإنسانية.

السادة والعبيد، السادة يملكون كل شيء بما في ذلك العبيد وبالتالي فلقد كانوا يسيطرون على كل شيء يتحكمون فيه. الشيء نفسه نلاحظه في الأشكال المختلفة التي طرأت على المجتمعات بعد ذلك وحتى اليوم، إذاً فمن يمتلك المعلومة ويستطيع بثها هو من بمقدرته صناعة رأى عام عالمي وفقاً لتوجهاته الخاصة وقناعاته الذاتية، وهنا تكمن الخطورة.^(١)

هكذا هو الحال بالنسبة للإعلام العالمي الموجه؛ فليس هناك إعلام لوجه الله تعالى فأى إعلام هو إعلام موجه، تلك حقيقة يجب أن ندركها جيداً.

ومن سلبات الإعلام المنفلت أخلاقياً والذي هو بحاجة إلى تقويم:

■ ألف المعصية والاعتیاد على رؤية المحرم: فتكرار رؤية الأفعال المحرمة، وسماع القول الفاحش يولد عند المتلقي اعتياد الرؤية والاستماع إلى ما هو محرم دون أي وحز من ضمير.

■ نشر القدوة السيئة بين الناس: فكثرة مشاهدة المقابلات التلفزيونية مع نجوم السينما والتي يفرد لها وقت كبير من ساعات لبث ليسأل عن أكله وشربه ومط حياته بصفة عامة والذي كثيراً ما يخالف قيم المجتمع.

■ الحلول الغير أخلاقية: للمشكلات الحياتية والتي لا تتسقى والأديان السماوية كاللجوء إلى الانتحار والمخدرات وشرب الخمر.

■ يؤدي التلفزيون إلى اختفاء الحدود الفاصلة بين الواقع والخيال، والقانون لا ينتصر إلا في النهاية وقد لا ينتصر، وهو ما يخلق موقفاً سلبياً لدى المشاهد؛ إذ ينتظر حلاً من الخارج ودون مشاركة منه.

إضافة لما يفعله الإعلام الحديث من آثار مدمرة على الأطفال أهمها:

١- يحرم الطفل من التجربة الحياتية الفعلية التي تتطور من خلالها قدراته؛ إذا ينشغل بمتابعة التلفزيون.

٢- يحرم الطفل من ممارسة اللعب الذي يعتبر ضروريًا للنمو الجسمي والنفسي فضلًا عن حرمانه من المطالعة والحوار مع والديه.

٣- التلفزيون يكبح خيال الطفل؛ لأنه يستسلم للمناظر والأفكار التي تقدم له دون أن يشارك فيها فيغيب حسه النقدي وقدراته على التفكير.

٤- يستنفذ طاقات الطفل وقدراته الهائلة على الحفظ في حفظ أغاني الإعلانات وترديد شعاراتها.

٥- ينمي التلفزيون داخل الطفل روح المشاغبة والعدوانية، ويزرع في النفوس التمرد على لكبار والتحرر من القيود الأخلاقية.

٦- يثير الغرائز الجنسية لدى الطفل مبكرًا وقبل النضوج الطبيعي؛ مما ينتج إضرابات عقلية ونفسية وجسدية لديه.

٧- يدعو النشء إلى الخمر والتدخين والإدمان، ويلقنهم فنون الغزل والعشق في سن مبكرة .

٨- له دور خطير في إفساد اللغة العربية (لغة القرآن).

٩- تغيير أنماط الحياة إلى الإفراط بالسهر، مما يحدث إرباكًا للساعة البيولوجية لدى المشاهد.^(١)

وفي السياق ذاته يقول الدكتور عاطف عدلي في كتابه (الإعلام وثقافة الطفل العربي): «إن التلفزيون هو من أكثر وسائل الإعلام التي يتعرض لها الأطفال في الوطن العربي حيث يقضي الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٣ سنوات إلى ١٦ سنة ما يقرب ست ساعات يوميًا.. وذلك يعني أن الأطفال لا يشاهدون فقط البرامج المخصصة لهم، بل إنهم يشاهدون أيضًا البرامج الموجهة لغيرهم، وفضلًا عن الأثر السلبي للمشاهدة عمومًا في تكوين

(١) راجع: دكتور طارق الطوري: الإعلام وأثره في تدمير لأخلاق.

دكتور وجدي غنيم، مجلة القمة العدد الخامس ذو القعدة ١٤٢٥هـ.

اتجاهات التلقي السلبي وإضعاف اتجاهات التفاعل والإبداع والنقد والملكات المرتبطة بها (سببيات على مستوى بناء الشخصية) فإن هناك سلبيات أخرى ترتبط بالمضمون القيمي للبرامج التلفزيونية التي هي في الغالب برامج مستوردة أو منتجة داخلياً، ولكن بتقليد كامل لمضامين وشكل البرامج المستوردة ودون مراعاة لخصوصية المشاهد (الطفل العربي المسلم)، ولعل من أخطر ما يواجه برامج الأطفال ويهدد دورها في تثقيف الطفل العربي اعتمادها على المضمون الأجنبي؛ إذ يهدد هذا المضمون الذاتية الثقافية للمجتمعات التي يعرض فيها، وقد يكون من العوامل التي تساعد على اهتزاز أعماد القيم في المجتمع، وتزداد الخطورة حينما يشاهده الأطفال والشباب، حيث ينظرون إلى ما يشاهدونه على الشاشة كواقع»^(١).

وفيما يتعلق بالمشاهد الإباحية فقد أثبتت الدراسات أن تعرض الشخص، وبخاصة الغاضب لمشاهد فيها إثارة جنسية، تؤدي إلى أن يكون أكثر عدوانية في سلوكه تجاه الآخرين الذين قد يختلفون معه. حيث يتجه إلى التصرفات العنيفة في حسم خلافاته مع الآخرين، إذ يستقر في شعوره أن الإثارة أيا كانت مرتبطة بالعنف، وذلك ربما يفسر ارتفاع نسبة الجريمة في المجتمعات الغربية.

فالمشاهد المثيرة جنسياً تقود إلى سلوك عدواني لأن الإثارة بعد ذاتها حالة هياج عاطفي ونوع من السلوك الغاضب الذي يؤدي بدوره إلى ردود فعل عدوانية؛ فالشخص المثار جنسياً يسعى للانتقام لذاته بسلوك يؤدي إلى تهدئة التهيج العاطفي لديه.

وكذلك فالتعرض المستمر للمشاهد التي تتضمن إحياءات جنسية تشجع على الاعتصاب وذلك من خلال إحساس الفرد أن ما يفعله أمر عدوي ينطوي على المتعة، وليس جريمة يمكن أن يعاقب عليها، كذلك إحساسه بأنه يمكنه أن ينجو من العقاب بسهولة، يقول محقق أمريكي: «لا توجد أية جريمة قتل جنسية في تاريخ إدارتنا إلا وكان القاتل فيها مشاهداً أو قارئاً للمجلات الجنسية».

(١) دكتور عاطف عدلي: الإعلام وثقافة الطفل العربي.

أيضا فالتعرض المستمر للمواد الإعلامية التي تقدم فيها المرأة كهدف لاستثارة الإحياءات الجنسية ولو بشكل غير مباشر، مثل وضع المرأة على غلاف المجلة أو استخدامها في الإعلانات يقود إلى احتقار المرأة والنظر إليها كشيء منحط يستخدم للذة فقط، متجاهلاً البعد الروحي والقيمي لديها.

ويؤدي التعرض المستمر لكل ما يتسبب في حدوث الإثارة الجنسية إلى نشؤ موقف متسامح تجاه الرزيلة والفساد، فالرجل المعرض للاستثارة الجنسية يصبح أكثر قبولاً وتسامحاً مع الفساد الأخلاقي؛ لأنه يعتقد أن ذلك سوف يوفر له فرصة يشبع فيها رغباته، كذلك تجعله يفسر العلاقة تجاه الآخرين تفسيراً جنسياً نفعياً استغلالياً.

وهو ما يأتي عكس النظرية القديمة التي يتبناها البعض، والتي كانت تدعى أن الحرية الجنسية ضرورية لصحة المجتمع وأن الكبت يولد العنف^(١) وهي النظرية التي سبق وتناولناها بشيء من التفصيل.

والآن تبقى مسألة ضرورية وهي: كيف سيتم تحويل الإعلام بعد الثورات العربية من إعلام ديكتاتوري سلطوي إلى إعلام حر ذي مسؤوليات اجتماعية تجاه الوطن والأمة بل والإنسانية جمعاء؟، لقد وضع الخبير الإعلامي ياسر عبد العزيز مشروعاً لتطوير الإعلام المصري وضمان انتقاله - وهو نموذج يمكن تعميمه على سائر الدول التي تشهد انتقالاً سياسياً من الديكتاتورية إلى الديمقراطية - وهذه خطواته:

١- ينشأ المجلس الوطني للإعلام كجهة قابضة، تمثل الدولة المصرية في ملكية وسائل الإعلام العامة، وتأمين تمويلها، واستدامة خدماتها، وتقويتها، وتحسينها، وتطويرها.

٢- يتكون مجلس إدارة المجلس الوطني للإعلام من ١٢ عضواً، ثلاثة يعينهم رئيس الدولة، وثلاثة يعينهم رئيس مجلس الشعب، وثلاثة يعينهم رئيس مجلس الشورى،

(١) راجع: محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، ١٩٩٤م.
مصطفى كناكر: استخدام المرأة في التلمزيون وبعض آثاره، مركز أبحاث الإعلام الإسلامي.

وثلاثة من المجتمع المدني والمؤسسات الدينية، بينما يعين رئيس الدولة رئيس المجلس بالتشاور مع الحكومة، ومدة المجلس ست سنوات.

٣- يتم الاستغناء عن خدمات جميع القيادات المسئولة في درجات المسؤولية العليا (رؤساء مجالس الإدارات ورؤساء التحرير ورؤساء الخدمات الإذاعية والتليفزيونية المختلفة الذين تولوا المسؤولية في ظل النظام الراهن)، وتطرح وظائفهم للمنافسة في المجال العام، وفق سياسات توظيف معلنة من قبل المجلس الوطني للإعلام.

٤- يتم تشكيل لجان متخصصة لفحص الأوضاع المالية والتشغيلية لوسائل الإعلام التابعة للدولة خلال الفترة السابقة، ورصد حالات الفساد وهدر المال العام، وجمع المستندات اللازمة، وإحالة جميع المتسببين في الهدر والمنتفعين من الفساد إلى المحاكمة، واسترداد الأموال المنهوبة وإعادة ضخها في تلك الوسائل.

٥- الصحف القومية مملوكة للدولة، لكنها هيئات مستقلة عن أي حكومة، وتقع تحت إشراف المجلس الوطني للإعلام المقترح إنشاؤه، ويكون المجلس مسئولاً أمام البرلمان.

٦- يعين المجلس الوطني للإعلام مجلس مديرين لكل مؤسسة صحفية قومية من ١٢ عضوًا، نصفهم يتم انتخابه من الجمعية العمومية التي تمثل العاملين في المؤسسة، ويكون مجلس المديرين مسئولاً أمام المجلس الوطني للإعلام.

٧- ويعين مجلس المديرين مديراً مسئولاً (أو رئيس مجلس إدارة) محترفاً، بعد تصديق المجلس الوطني للإعلام على تعيينه، ليمثل القيادة العليا في المؤسسة، وينضم إلى مجلس المديرين، ليصبح عدد أعضاء هذا الأخير ١٣ عضوًا، ويكون المدير المسئول مسئولاً أمام مجلس المديرين، الذي يكون مسئولاً بدوره أمام المجلس الوطني للإعلام.

٨- يعين المدير المسئول رئيس التحرير، ويكون هذا الأخير مسئولاً أمامه، ويضع المدير المسئول الخطط الإستراتيجية، ويشرف على تنفيذها، ويكلف بإعادة هيكلة مؤسسته، وتحسين أوضاعها في السوق، وتطويرها بما يسمح بتعزيز قدرتها التنافسية، يتوقع أن تعيد هيكلة ذاتها، وتحسن حظوظها التنافسية، وتعيد بناء الثقة

بينها وبين الجمهور وتستعيد المصداقية، وتسترجع أموالها المنهوبة، وترشد أداؤها المهني والاقتصادي.

٩- تصبح هيئة الإذاعة والتلفزيون المصرية هيئة مستقلة، مسئولة أمام المجلس الوطني للإعلام، الذي يخضع بدوره للمساءلة من البرلمان.

١٠- يعين المجلس الوطني للإعلام مجلساً للمديرين لهيئة الإذاعة والتلفزيون، حيث يتكون المجلس من ١٢ عضواً، نصفهم يختارهم المجلس الوطني للإعلام، ونصفهم الآخر تنتخبهم الجمعية العمومية الممثلة للعاملين.

١١- يصبح مجلس المديرين مسئولاً أمام المجلس الوطني للإعلام، الذي يكون مسئولاً بدوره أمام البرلمان، ويعين المجلس مديراً مسئولاً (رئيس مجلس إدارة) محترفاً، ويضمه إلى المجلس ليكون عدد أعضائه ١٣ عضواً، ويمكن للمجلس سحب الثقة من المدير المسئول المعين بالأعلبية البسيطة.

١٢- يكون المجلس الوطني للإعلام مسئولاً عن تطوير نمط التمويل، من خلال طرح رسوم أو ضرائب أو عائدات على الرخص، بشكل يضمن تمويلاً ملائماً لمنظومة الإعلام العامة، دون الاضطرار إلى مجازاة أنماط الأداء الهادفة للربح أو توسيع رقعة الارتهاق للإعلان.

ونحن نرى أنها خطة جيدة لإعادة هيكلة الإعلام المصري بعد ثورة ٢٥ يناير؛ إذ ارتكزت على عدد من المحاور الأساسية، وهي: تحرير الإعلام بصفة مطلقة من سلطة الدولة، وإيجاد حالة من النقد الذاتي داخل تلك المؤسسات، بالإضافة إلى مسؤولية البرلمان المنتخب من قبل الشعب عن أداؤها ورقابته عليها، هذا فضلاً عن إطلاق نقابة للإعلاميين والتي ستساهم دون شك في تطوير الأداء الإعلامي.

وكنيت قد نشرت أثناء إعدادي لهذا الكتاب مقالين بجريدة المصريين، بعنوان «روشتة تحرير ماسبيرو» حول سبل إصلاح الإعلام الحكومي المصري بعد الثورة، وقد رأينا أن نوردهما هنا لارتباطهما بموضوع الكتاب، فقط سوف يتم دمجهما في مقالة واحدة، وهذا نصها:

«لا أحد ينكر أن الإعلام يشكل أداة ذات تأثير عميق في بناء الشخصية وتكوين دوافعها وتوجهاتها، ورسم صورة ذهنية معينة وترسيخها في الأذهان، منعكسا على أنماط السلوك لدى مستقبل الرسالة الإعلامية، ومن ثم على المجتمع ككل، وهو ما دعى المفكر الأمريكي بريجينسكى لأن يقول أن التلفزيون يقوم بدور أهم من المدرسة والكنيسة والجيوش.

ولابد لنا أن نعرف أن الإعلام الحالي يسهم بشكل أو بآخر في خلق وعى زائف لدى الإنسان ويعمل على إعاقة نموه الفكري وإحساسه بعمقه وامتداده العضاري، ويمارس اعتداءً منظماً على منظومة الأخلاق والقيم، بل أصبح متهمًا بمساهمته الكبيرة في نشر الجرائم الأخلاقية داخل المجتمع، حتى قيل إذا كان السجن هو المدرسة الابتدائية للجريمة فإن التلفزيون هو جامعها.

بل وي طرح المفكر الفرنسي بيير بورديو Pierre Bourdieu في كتابه «التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول» دور التلفزيون في تسطيح الأفكار وتزييف الوعى وتغييبه، مهاجما المثقفين المشاركين في تلك المؤامرة مدفوعين باغراء الشهرة والمال واصفا إياهم بأنهم «كلاب الحراسة الجدد لوسائل الإعلام».

كذلك فالإعلانات التجارية بما تقدمه من مادة هابطة تحولت إلى أدوات هدم اجتماعي فهي لا تلتزم بأي ضوابط أخلاقية، ولا تراعى أية قيم مجتمعية، ناهيك عما تقدمه البرامج والأعمال الدرامية، فالإعلام الحالي أصبح يعاني مرضا يمكن أن نطلق عليه «متلازمة انفلات ما بعد الثورة» إذ أصبح مقتربا بالانفلات على المستويات الأمنية والسياسية والأخلاقية.

وعلى الجانب الآخر يجب أن يستقر في وعينا أن لدينا تعديا إعلاميا صهيونيا ربما لم يشتد سعاره في الفترة الأولى من الثورة نظرا لمباغثة الثورة له، إلا أنني أتصور أنه سيقوى بمرور الوقت، بعد أن أدرك قيمة اللحظة وأنها تمثل تهديدا لسطوته وبالتالي للهيمنة الأمريكية ذاتها.

ونحن هنا لانريد مجرد صد الهجمة الإعلامية على الشرق المدعومة بالإعلام الصهيوني، فنستهلك كل قوانا في الدفاع عن أنفسنا، بل إطلاق حملة كبرى تبشر بحضارة جديدة ورؤية مغايرة.

فنحن في مفترق طرق وعلى أعتاب حضارة إنسانية جديدة آخذة في التشكل وملامحها

أخذة في التبلور ونظام عالمي قديم يتداعى، فإذا أردنا أن نضع لنا قدما على خريطة الإعلام العالمي، وألا نقبع كثيراً في المنطقة المعتمدة من العالم فعلينا أن نقدم مشروعاً حضارياً - يُعشد له إعلامياً - ينقذ العالم من كبوته، مشروعاً يدعو إلى تحقيق السلام العالمي وطرح نموذج روحي وأخلاقي في مواجهة النموذج المادى السائد، ويعالج القضايا برؤية علمية واقعية تواكب المتغيرات على الساحة الدولية.

إن ما يعزز الأمل لدينا هو أن العالم في لحظته الراهنة يريد أن يرى الشرق بعيون مصرية، وأن يعرف الإسلام في وسطيته ممرجعية أزهرية حملت تراثاً كبيراً من التسامح الدينى، ثم أنه يريد أن يرى كيف امتزجت الثورة - وهى فعل حدائى - بالحضارة - وهى ضاربة في عمق التاريخ الإنسانى - وأى منتج جديد سوف ينبثق عن هذا الامتزاج الرائع.

من هنا يأتى دور الإعلام - إعلام ما بعد الثورة - في تقديم رسالة أكثر أخلاقية معتمداً على الحرية المقترنة بالمسؤولية، إلا أنه ليس كالإعلام الحكومى في النظم الشمولية والذي يأخذ توجهها رأسياً «من أعلى إلى أسفل» وغير قابل للنقاش وهو ما يطلق عليه الإعلام الأبوي، إذ يعتقد أن جمهوره طفلاً لا يدرك مصلحته

وفي ذات الوقت نريد إعلاماً لا يبدأ من نقطة الصفر، بل يبنى على ما سبقه من تجارب، نعم هى تجارب شابهها الكثير من الفشل إلا أنها ودون شك حملت قدراً من النجاح يمكن البناء عليه.

ويفترض في الإعلام أن يسبق الثورة بخطوة أو خطوتين على الأقل ليرسم لها معالم الطريق، والمفارقة أنه يأتى متأخراً بخطوات وهو أمر يجعله في عداد الثورة المضادة؛ فالإعلام المصرى في لحظته الراهنة - ودون مبالغة - بدلا من أن يفتح آفاقاً رحبة للثورة المصرية بات يمثل عبثاً عليها.

وهنا سوف أطرح بعض الحلول لما يعانيه التلفزيون المصرى من عثرات - كنموذج دراسة حالة - وهى ليست حلولاً نهائية، بقدر ما أنها محاولة لإثارة حوار مجتمعى حول الإعلام وسبل إصلاحه بغية الوصول لرؤية نهائية نرجوا لها أن تقترب من المثالية قدر الإمكان.

حقيقة أن التلفزيون المصرى هو أكثر مؤسسات الدولة التى تغول فيها الفساد، ولقد ظن البعض أن مجرد إطلاق جرعة الحرية في شرايين الإعلام الحكومى - بعد الثورة - كفيلة بتحليقه في آفاق رحبة ومستويات أعلى إلا أن شيئاً من هذا لم يحدث.

وفي مبنى ماسيرو أوشك العدد على الخمسين ألف، وهو عدد يفترض أن يطلق أكثر

من ٥٠ قناة عالمية تغزو سموات العالم، غير أن المنتج جاء رديثاً، وتهاوى مفهوم الريادة الإعلامية الذي حُددنا به لسنوات طوال وأصبح مثاراً للسخرية.

من هنا أقترح الآتي:

تكوين مجلس إدارى فنى منتخِب لكل قناة، ثم مجلس آخر لقيادة المبنى ككل يتشارك كل من مجلس الشعب والإعلاميين داخل المبنى في اختيار أعضائه، ومنهم يتم اختيار رئيس لهذا المجلس لدورة واحدة ولتكن سنتان، ويمكن أن تكون دورة المجلس ككل أربع سنوات.

ويتولى هذا المجلس مهمة تحديد الإستراتيجية الإعلامية وهى الخطة المسبقة التى يتم وضعها قبل الشروع في تقديم الرسالة الإعلامية؛ فالإعلام لا يجب أن يترك للعشوائية والارتجال، وليتم المحاسبة على أساسها حول مدى تحقيقها من عدمه.

إطلاق قناة دينية ذات جودة عالية، وقناة إخبارية هى الأقوى على أن تتمتع باستقلال ذاتي يتيح لها حرية ترتيب أولوياتها، وقناة مصرية عامة، وقناة ثقافية، ثم دمج القنوات ذات المضامين المتشابهة على أن تنتقل إدارة القنوات الإقليمية لإقليم كل قناة، وأقترح أن تنقسم قناة النيل للأخبار إلى قناتين: إحداها محلية والأخرى عالمية.

إطلاق قناة إعلامية عالمية (إخبارية ثقافية) ذات قدرات وكفاءة عالية تخاطب الآخر بلغته - ولتكن اللغة الإنجليزية التى تجيدها الغالبية العظمى من سكان المعمورة - فإننا كثيراً ما نتهم بأننا نصرخ بأعلى أصواتنا، ولكن داخل غرفة مغلقة؛ فالإعلام المصرى هو إعلام يكلم نفسه ولا يخاطب الآخر.

قيام مشروع إنتاجى ضخم لإنتاج أعمال درامية جادة وهادفة تخدم المجتمع، وفي ذات الوقت تصب في صالح المشروع النهضوى، تأسيساً لمرحلة ما بعد الثورة.

إقصاء الشخصيات الإعلامية والمذيعين - ولو لبعض الوقت - الذين ارتبطوا في ذهن المشاهد بالنظام القديم.

إطلاق مركز دراسات الإعلام من عباءة التلفزيون المصرى على أن يتمتع باستقلال نسبي، ليقدم خدماته في تطوير الإعلام.

إرسال البعثات للاطلاع على تجارب الدول ذات الأوضاع المتشابهة في الانتقال من أنظمة سلطوية ديكتاتورية لأنظمة ديمقراطية.

تطوير مواقع خاصة بتلك القنوات على شبكة المعلومات الدولية، وشبكات التواصل الاجتماعى لتحقيق أكبر قدر من التفاعل مع الجمهور.

التأسيس لنقابة قوية تساند الإعلاميين وتدافع عن حقوقهم، حتى يعمل الإعلامى بحرية تامة منطلقاً من مبدأ حرية الضمير المهني وملتزماً بميثاق الشرف الإعلامى.

مشكلة ضعف الإعداد، نعم يتم طرح كل الموضوعات لكن بسطحية تقتلها، لذا نحتاج لإعادة تدريب الإعلاميين بشكل أكثر احترافية مع لارتقاء بالأداء المهني لديهم. تشكيل هيئة «جودة الإعلام» لتساهم في تحرير كل قناة على حدة والارتقاء بالجانب المهني لدى الاعلاميين.

والسؤال المفصلى هنا، والذي يجب على كل إعلامى أن يحدد إجابته بشأنه: هل نحن حقاً نشعر بقيمة اللحظة الفارقة التى نعيشها أم أنه لأننا نرى المشهد من قريب جداً فلا تبدو أماننا الرؤية متكاملة؟ لذا فمن المهم تقوية إحساس الإعلامى بما يعمل، وأنه يقدم رسالة من أنبل الرسائل، وأن ما قام فى مصر هو ثورة وليس اضطراباً سياسياً هدد مكانته الاجتماعية، فعلى الإعلامى أن يتجاوز اللحظة الراهنة فاتحاً الباب أمام الحلم والأمل فى مستقبل أفضل

والمفارقة الأكبر هى افتقاد الإعلام المصرى للعمق الدينى والثقاقى الحضارى على الرغم من أنها أكثر مكونين ساهما فى تشكيل الشخصية المصرية، لذا يجب اكساب البرامج المقدمة بعداً ثقافياً أكثر عمقاً.

ولكن حذار من استبدال مبارك بالمجلس العسكرى وبالتالي بأى رئيس يأتى بعده - وهو الخطأ الذى يرتكبه التلفزيون المصرى كقريضة يومية - ووضعه فوق النقد ومن ثم تأليهه فى خطوة لاحقة.

وأخيراً، يبقى أن ندرك أن روشتة إصلاح الإعلام هى ذاتها روشتة إصلاح الوطن».

إذاً وفى نهاية هذا الفصل؛ فقد رأيت كيف وأن الإعلام الحال والمتأثر بالإعلام الغربى قد ساهم بشكل أو بآخر فى إضعاف الهوية العربية والإسلامية، وتسطيع اهتمامات المواطنين والإضرار بسلم القيم ضرراً بالغاً، من هنا كانت الحاجة لإعلام ينطلق من قيمنا وثوابتنا الإسلامية والحضارية، مساهماً فى نهضتنا التى نسعى إليها فى اللحظة الراهنة.



الفصل الثاني

الإعلام الإسلامي

(الوسائل والغايات)

يعرف د. محي الدين عبد الحلیم الإعلام الإسلامي بأنه: «تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته».

ويعرفه الأستاذ محمد أمين يونس بأنه: «إعلام عام في محتواه ورسائله، يلتزم في كل ما ينشر أو يذاع أو يعرض على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارهما».

ونحن نرى أن الإعلام الإسلامي ليس فقط مجرد تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي، بل بكل ما تريد الجماهير معرفته من أخبار ومعلومات، بل وترفيه أيضاً شريطة التزامه بقيم الإسلام وثوابته.

ولكن ما الفرق بين الإعلام والدعوة؟ يرى بعض الباحثين أن الإعلام الإسلامي فرض عين على كل مسلم لتداخل أمر الإعلام والدعوة في مجالات كثيرة، إلا أن الإعلام الإسلامي أشمل وأعم من الدعوة ذاتها، فبينما تركز الدعوة على إقناع الآخر بعقيدة الإسلام وتحبيب

الانتماء إليه ونصرته، وفي المقابل يستخدم الإعلام الإسلامي وسائل أكثر اتساعاً وشمولية في الخطاب، إذ يوجه للمسلم وغير المسلم على السواء.

ووفق مصطلح الإعلام الإسلامي نلاحظ ولادة هذا الإعلام بولادة الدعوة الإسلامية نفسها، فعند بداية الاتصال الشخصي للرسول ﷺ بالمسلمين الأوائل كالسيدة خديجة وكأبي بكر الصديق وعلي بن أبي طالب بدأ هذا الإعلام ينمو ثم بمواصلة الاتصال واصل نموه وامتداده.

لقد بدأ الإعلام الإسلامي إذن - بالاتصال الشخصي ثم بالاتصال الجمعي حين كان الرسول ﷺ يعلم المسلمين الأوائل أسس الإسلام وعقائده في المرحلة السرية من تاريخ الدعوة الإسلامية في دار الأرقم بن أبي الأرقم، وفي مرحلة تالية ظهرت وتطورت آليات جديدة في الخطاب الدعوي الإسلامي، وذلك بعد الجهر بالدعوة الجديدة وبداية التصادم بين الجاهلية والإسلام.

وبدأ الرسول ﷺ يدعو الناس جميعاً إلى الإسلام متجاوزاً قبيلة قريش إلى قبائل أخرى كانت تأتي لزيارة مكة، وبعث مصعب بن عمير (رضي الله عنه) داعياً وإعلامياً إلى عقيدة الإسلام وكذلك أرسل عددًا من المسلمين إلى الحبشة؛ فتمثل في هؤلاء أمر الدعوة والإعلام بالدين الجديد.

ومع انتشار الإسلام في المدينة المنورة ثم في مدن وبلدان الجوار اتسعت آليات الخطاب الإعلامي الإسلامي وتنوعت بين الرسائل إلى الملوك وخطب الجمعة والمناسبات وغيرها من الوسائل.

وسائل الإعلام والدعوة في عصر النبوة: لقد حدد المختصون بعلوم الاتصال والإعلام أهم الوسائل الإعلامية في الدعوة الإسلامية بما يأتي: القرآن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة، القدوة الصالحة للنبي ﷺ والصحابة (رضي الله عنهم)، إرسال المبعوثين إلى القبائل والأقطار الأخرى، اللقاء أو المحاضرة، المسجد والخطبة، استقبال الوفود، الرسائل إلى الملوك بوصفها إعلاناً دولياً، الحج، الفتوحات الإسلامية، رحلات التجار المسلمين.

ولا أحد ينكر دور الشعر كوسيلة إعلامية في صدر الإسلام؛ فقد كان الشعر هو الأداة الإعلامية الموجودة في عهد رسول الله ﷺ؛ فكان حسان بن ثابت شاعر الرسول، وكان الرسول يطلب منه أن يرد على المشركين بالشعر، وقد ظل الشعر أداة إعلامية استخدمها الصحابة طيلة العهد النبوي للرد على العدو، وكذلك في نشر القضايا الإسلامية التي تهم جموع الأمة طوال عصر الخلافة الراشدة والدولتين الأموية والعباسية.^(*)

ويجب أن يستقر في يقيننا أن الفارق بين الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي هو ليس مجرد الدعوة لاجتناب المحظورات فقط، بل هو أكثر من ذلك؛ إذ تكمن مهمته في الدعوة لمشروع حضارى عالمي ينطلق من ثوابت الإسلام وقيمه، وفي ذات الوقت يحتوى الجميع من مسلمين وغير مسلمين.

خصائص الإعلام الإسلامي.

من الخصائص التي يجب أن يتسم بها الإعلام الإسلامي:

أولاً: الصدق: فهو سمة من سمات لقرآن والدعوة الإسلامية، كما أنه سمة رسولنا الكريم محمد ﷺ وسمة المجتمع الإسلامي ككل؛ فالقرآن ينهى عن الكذب والخداع، فالإسلام نظرته الإعلامية تتوخى الصدق وتتحرى الحق سواء في الأخبار أو في السلوك، وحتى في النوايا، والصدق تماشياً مع النظرة الإسلامية للإعلام، لا بد من الالتزام به في مواطن كثيرة: صدق الخبر، صدق الكلمة، صدق الحكم؛ فالإعلامي المسلم عليه أن يميز بين الوقائع والشائعات.

ثانياً: الواقعية: فهي إحدى الخصائص العامة للإسلام، أو إحدى خصائص الفقه الإسلامي الذي تنتمي إليه البطرة الإسلامية في الإعلام. ورؤية الواقع من المنظور الإسلامي، فهي مدخل رجل الإعلام في الإعلام الإسلامي؛ وذلك لكي يتطابق المجتمع في واقعة مع الإسلام ومذهبيته، وهي تفرض على الإعلامي المسلم أن يكون مدرّكاً لواقعه

(*) عبد الهادي الزيدى: الإعلام الإسلامي، تعريفه وخصائصه.

إدراكًا جيدًا وحقيقة التحديات التي تحيط به فلا تهويل أو تهوين، ولا يدعو لأحلام بعيدة المنال ولا تتوافر الإمكانيات لتحقيقها.

ثالثًا: المرونة: فهي إحدى سمات النظرة الإسلامية للإعلام، وذلك بالقدرة على مواجهة التطورات، سواء في كيفية المواجهة، أو في وسائلها. كما أنها قادرة على مواكبة الوقائع المتغيرة المتجددة، بحيث تجد لكل واقعة حكمًا. وتتسم المرونة بالاستمرارية والثبات في أصولها، بينما ليس هناك جمود على رأي أو موقف، فالحياة تتطلب تجديد الأفكار، وتنويع المواقف، وتوظيف كل الإمكانيات المتاحة لتحويل وسائل الإعلام إلى أجهزة للدعوة إلى الإسلام.

ويرى البعض أن الإعلام الإسلامي يجب أن يكون ملتزمًا بمعايير ثلاثة: وهي:

١- قاعدته الحرة وقيمه المسؤولة.

٢- صون الحرمات والحقوق.

٣- التزام الأخلاق^(١).

كذلك فللإعلام الإسلامي عدد من الوظائف عليه أن يؤديها على أكمل وجه وهي: بيان الحق، دفع الباطل والفساد، تبليغ الدعوة، التربية، تحقيق التآلف والتعارف والتعاون، رفع الناس إلى المثل العليا، التنمية، الترويح^(٢).

وفيما يتعلق بالأساليب التي يجب على الإعلام الإسلامي إتباعها فلقد أورد بعضها الأستاذ عبد الله الوشلي في كتابه «الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر» وأشار إلى أن هذه الأساليب هي مستمدة من واقع القرآن الكريم المصدر الأول في التشريع الإسلامي ثم من السنة النبوية مصدره الثاني. ومن هذه الأساليب التي ذكرها:

١- البيان المعجز: لقد جاء القرآن الكريم كتابًا عربيًا مبينًا يتحدث إلى الناس بلغة

(١) المستشار على جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٨٩م.

(٢) المرجع السابق

العرب، ولكنه جاء بأسلوب معجز تحدى به المعاندين والمتكبرين أن يأتوا بما يمثله في نصاعة التعبير وقوة البيان، ولا يزال هذا التحدي المعجز قائماً حتى اليوم، وسيبقى قائماً إلى يوم يبعثون.

٢- التنوع في الأداء القرآني: فالقرآن في حقيقته تركيب عجيب في بناء آياته وفي الموضوعات والقضايا التي يتناولها من خلال وعظه وتعليمه ومحاوراته التي يرد بها على المعترضين أو يعقب بها مؤيداً أو مندداً أو مبشراً أو منذراً.

٣- الواقعية في الحوار: والمقصود بالواقعية هو أن وحي السماء قد علمنا مواجهة الأحداث والوقائع حين حدوثها ذلك أن الفكرة النابعة من المواجهة تتصف بالحرارة والحيوية وتتميز بقدرة فائقة على التأثير في النفوس، ومما يلفت النظر أن الأفكار والموضوعات التي تبقى في حيز النظريات غير قابلة للتطبيق أو التي لا تنهياً لها الظروف الملائمة لتطبيقها تفقد تأثيرها في النفوس وتتحول إلى جملة من الأفكار المترفة التي لا تصلح إلا لتقضية أوقات المترفين من المثقفين، وقد سبق وأن تناولنا ذلك.

٥- المواجهة الصريحة وتسمية الأشياء بأسمائها: فكل تسمية تتم على حساب العقيدة والشرعية في سبيل الحصول على مكاسب وقتية هي في الحقيقة جناية إلى العقيدة والشرعية في وقت معاً، ولنا فيما ذكر عن رسول الله ﷺ من المواقف ما يؤكد هذا الرأي، ولاسيما يوم أن رفض التسوية التي عرضت عليه من قبل قريش بواسطة عمه أبي طالب فقال قولته الخالدة: (والله يا عم لو وضعوا الشمس في يميني والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر ما تركته حتى يظهره الله أو أهلك دونه).

٦- فعالية السلوك: لوحظ أن القرآن الكريم قد ركز تركيزاً شديداً على الجانب الخلقي عند الرسول ﷺ، واعتبر أن نجاح الدعوة إلى الله موصول في جانب كبير من سلوكه عليه الصلاة والسلام، فقد ورد فيه قوله عز وجل: ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران: ١٥٩]، ويقول في مكان آخر: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ [الفرقان: ٦٣]

٧- الاهتمام بكل صغيرة وكبيرة حتى لا تترك أي ثغرة في بناء الدعوة إلى الله: إن كل من يتلو القرآن الكريم يتبين له أن الحوار يتناول كل الأحداث والمواقف وكل الناس من كل الطبقات والفئات ابتداء من المشرك الكبير حتى المؤمن الفقير، والقرآن لا يتردد في أي أسلوب من أساليب البيان، ولا يستحي أن يضرب أي مثل من الأمثلة في سبيل خدمة الدعوة إلى الله.

٨- الأخذ بأسلوب الاستيعاب الإعلامي: والمقصود بالاستيعاب هنا هو أن القرآن الكريم قد أخذ بطريقتين أساسيتين في الأداء لما لهما من أثر بالغ في تحقيق هذا الاستيعاب.

الأولى: طريقة التنويع في التعبير بحيث يتم التناغم بين المبني والمعنى، فإذا كان المعنى شديداً قاسياً كان المبني شديداً قاسياً أيضاً والعكس بالعكس.

الثانية: طريقة التكرار في الأداء، والمقصود بالتكرار هو القيام بعملية الإحياء المستمر وهي العملية التي يتكرر بها المعنى نفسه بعبارات مختلفة تجنباً للإملال وقصداً إلى تعميق التوعية بالمعنى المقصود منه.

٩- تناول الحقائق العلمية المسلمة: ويتعبير آخر تقديمها بالطريقة التي تتفق مع الفطرة بحيث لا تتعارض مع البحوث التفصيلية اللاحقة، لاسيما وأن القرآن ليس كتاباً علمياً بالمعنى الذي نعرفه اليوم، لكنه لم يورد من الحقائق العلمية إلا ما هو مسلم به، وفي الحدود التي يستوعبها عقل الإنسان في كل عصر من العصور.

١٠- الدعوة إلى اعتماد أفضل أساليب القول والأداء في ممارسة الإعلام ودعوة الآخرين: والتي تتمثل في الآتي:

(أ) القول الحسن: ﴿ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ﴾ [البقرة: ٨٣].

(ب) اللين في القول والخطاب: ﴿ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴾ [طه: ٤٤]، ﴿ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ﴾ [آل عمران: ١٥٩].

(ج) البصيرة في الأداء والتوصيل: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ﴾ [يوسف: ١٠٨].

(د) الحكمة في العرض، واختيار الموعظة الحسنة في الموضوع، والجدال لشريف العفيف المتمثل بغاية الوصف بالحسن: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥].

(ج) اللفتة المثيرة للانتباه: لقد كان رسول الله ﷺ كثيرًا ما يفعلها من ذلك ما ورد في حجة الوداع حين خطب الناس فقال: (أي يوم هذا؟ أي بلد هذا؟ أي شهر هذا؟) والناس لا يردون عليه إلا بقولهم: الله ورسوله أعلم، ثم يقول بعد ذلك: (إن دماءكم وأموالكم وأعراضكم حرام عليكم كحرمة يومكم هذا في بلدكم هذه في شهركم هذا...) (١).

أما غايات الإعلام الإسلامي فهي: أن يستقر في وعي مسلم أن الغاية من وجوده هي عبادة الله: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾ {٥٦/٥١} مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُوا {٥٧/٥١} إِنَّ اللَّهَ هُوَ الرَّزَّاقُ ذُو الْقُوَّةِ ﴿الذاريات: ٥٦-٥٨﴾. وقال تعالى: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾ [البينة: ٥].

فكل ما يؤدي إلى الخير العام للإنسانية وتحقيق العبودية الخالصة لله سبحانه وتعالى هو من غايات الإعلام الإسلامي.

أهداف الإعلام الإسلامي:

الإعلام الإسلامي لا يتحرك بعشوائية وتخبط، وإنما وفقًا لأهداف مرسومة ومحددة له مسبقًا، وذلك على كافة المستويات العقائدية والثقافية والاجتماعية والسياسية، وهي:

■ أهداف عقائدية: للإبلاغ بالعقيدة صافية نقية، ولترسيخها في النفوس، ولرد الشبهات المعروضة من قبل المناوئين.

(١) راجع: عبد الله التوشلي: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر.

- **أهداف ثقافية:** لنشر الوعي والفهم، وللتفقه والمعرفة، التربوية من أجل إيجاد الفرد المدرك لكافة ما يحيط به من موضوعات وقضايا.
- **أهداف اجتماعية:** والتي ترمى إلى تماسك المجتمع وترابطه، وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار، وغرس روح التعاون على البر والتقوى فيما بين أفرادها، وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد ثم الأسرة، ثم المجتمع ككل.
- **أهداف اقتصادية:** وذلك من أجل تحسين أوضاع المجتمع في الكسب وترشيد الإنفاق والحماية من الغش والاحتكار، والتحذير من النهب والاستغلال، والمحاربة للربا والكسب غير المشروع.
- **أهداف سياسية:** وذلك من خلال توثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة على أساس من العدل والطاعة والالتزام، والرعاية لمصالح الأمة، والمحافظة على أمنها وحريتها، وتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مسارها سلمًا وحرًا.
- **أهداف عسكرية:** وذلك لرفع الروح المعنوية في صفوف الجنود والمواطنين ككل، وكشف المخططات وفضح المؤامرات للعدو، وللإسهام في التعبئة العامة والإعداد الشامل من الناحية الفكرية والمعنوية والروح القتالية وقت الحرب.
- **أهداف ترفيهية:** للتسلية والترويح، ولتجديد النشاط، وهو ترفيه يريح القلب ويدخل السرور والمرح على النفس، وهو ترفيه منضبط بكونه لا يتنافى مع الآداب وحسن الأخلاق، روي عن علي رضي الله عنه: «أن القلوب تمل كما تمل الأبدان فابتغوا لها طرائف الحكمة». وعنه أيضا: «روحوا القلوب ساعة بعد ساعة، فإن القلب إذا أكره عمى». وما أحسن ما قيل: «أعط القلب حقه من اللهو (المباح) بقدر ما يعطى الطعام من الملح»^(١) أي بقدر يسير.

(١) حسن الأشرف: الأهداف والغايات بين الإعلام الإسلامي.

مبادئ الإعلام الإسلامي:

■ المبدأ الأول: تفاوت القدرات الإنسانية.

وهو الاختلاف المنبثق من التصور الإسلامي للإنسان والحياة والذي يرى أن اختلاف القدرات الإنسانية هي إحدى سنن الله في خلقه، فإن آمن القائمون على الإعلام الإسلامي بهذا المبدأ لاستطاعوا معرفة الطريقة المثلى لإيصال الرسالة الإعلامية لكل فئة من المجتمع كل حسب طاقته، فلا يجب أن تكون هناك رسالة واحدة لكل طوائف البشر انطلاقاً من قول الرسول الكريم «أمرت أن أخطب الناس على قدر عقولهم».

■ المبدأ الثاني: الغائية.

وهو الهدف النهائي الذي يجب أن تسعى إليه المؤسسات الإعلامية الإسلامية والذي يجب أن يظل واضعاً نصب أعينهم مهما اختلف شكل أو مضمون الرسالة الإعلامية؛ فلهذه غاية واحدة وثابتة، وهي مساعدة الناس على عبادة الله عز وجل حق عبادته، والأخذ بيد الصوحة الإسلامية الداعية إلى التمسك بالإيمان في مواجهة التيارات الإلحادية.

■ المبدأ الثالث: تفاعلية العلاقة بين المرسل والمستقبل.

والمقصود به أن تظل المؤسسة الإعلامية دائماً على اتصال مباشر بالجمهور لتراقب عن كثب تطور حاجاته وردود أفعاله إزاء الرسالة الإعلامية المقدمة له وهو رد الفعل الذي من خلاله يمكن تطوير تلك الرسالة، فليس الجمهور (متلقي الرسالة) هو مجرد مجموعة من القطيع في التصور الإسلامي بل إن له دور فاعل في وضع الرسالة ذاتها.

■ المبدأ الرابع: تقنين الغرائز الإنسانية.

فالإسلام لا يدعو إلى كبت الغرائز الإنسانية وفي مقدمتها الغريزة الجنسية بل يدعو إلى تقنينها.

■ المبدأ الخامس: تنمية القدرة الانتقائية.

وهي تنمية حس الإنسان في الاختيار بين الخير والشر وإمكانية التفرقة بينهم.

■ المبدأ السادس: الخوف من الله

وهى الإيمان (لدى المرسل) بأن هناك قوى تراقبه على أفعاله.

■ المبدأ السابع: الصدق.

■ المبدأ الثامن: احترام خصوصية الأفراد.

■ المبدأ التاسع: الإحاطة بالظرف الاتصالي.

أى أن يحيط بالموضوع الذى يقدمه وبأساليب الإقناع المختلفة وفنون الإعلام وبالأحوال الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للمستقبل

■ المبدأ العاشر: التلاحم الاجتماعي.

■ المبدأ الحادى عشر: تأكيد الجانب الروحى لدى الإنسان.

■ المبدأ الثانى عشر: الغاية لا تبرر الوسيلة.

■ المبدأ الثالث عشر: احترام العقل.

■ المبدأ الرابع عشر: الحرية المقرونة بالمسؤولية^(١).

كذلك يرى الأستاذ عمر التلمسانى المرشد العام الأسبق للإخوان المسلمين أن الإعلام: « يجب أن يبتعد عن الكلمة النابية، والعبارة الجارحة، والغلظة المنفرة، واللدد فى الخصومة، والتزين الداعر، والمواقف الخليعة، والمواضيع الفارغة، والدعاية المتهافتة، والعرض السخيف»^(٢).

ولا ننسى أهمية الإبداع فى الإعلام الإسلامى (كن رجلاً ولا تتبع خطواتي) ودوره فى التصدى للمحاولات الرامية لتنميط العالم وتأطيره كي يسهل التنبؤ بسلوكه ومن ثم احتوائه والسيطرة عليه.

(١) محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامى، المبادئ النظرية والتطبيق.

(٢) المستشار على جريشة: نحو إعلام إسلامى، مكتبة وهبة، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٨٩م.

أيضاً يجب ألا نغفل أهمية تثقيف وتوعية الكوادر الإعلامية العربية بمزيد من الفهم والثقافة الإسلامية حيث يتبين من أدائهم ضعف هذه الخلفية، مما يفقد إبداعات الكثير منهم وعياً دينياً ومركزاً أخلاقياً مهماً^(١).

والإعلامي المسلم يجب ألا ينحاز لرأى ما، كذلك يجب أن يقف على مسافة متساوية من الضيوف، وأن تكون لديه القدرة العالية على طرح الأسئلة واستنباطها من حديث الضيوف دون أن ينتصر لفكرة ما، مع ضرورة توافر الموسوعية لديه.

وعلى الإعلامي المسلم أن يتسم بخاصية الصبر وعدم استعجال ثمرة عملة كذلك الصبر على ما قد يتعرض له من ابتلاء إذا كان في دولة قمعية، وكما يقول الشهيد سيد قطب: «الصبر هو زاد الطريق في هذه الدعوة، إنه طريق طويل شاق، حافل بالعقبات والأشواك، مفروش بالدماء والأشلاء، وبالإبذاء والابتلاء.. الصبر على أشياء كثيرة: الصبر على شهوات النفس ورغباتها، وأطماعها ومطامعها، وضعفها ونقصها، وعجلتها ومللها والصبر على شهوات الناس وسوء تصورهم، وانحراف طباعهم، وأثرهم وغرورهم والتوائهم واستعجالهم للشمار، والصبر على تبجح الباطل، ووقاحة الطغيان، وانتفاش الشر، وغلبة الشهوة، وتصعير الغرور والخيلاء! الصبر على قلة الناصر، وضعف المعين، وطول الطريق، ووسوس الشيطان في ساعات الكرب والضيق! والصبر على ما تثيره النفس من انفعالات متنوعة. من الأمل والغيط والحق والضيق، وضعف الثقة أحياناً في الخير، وقلة الرجاء أحياناً في الفطرة البشرية، والملل والسأم واليأس».

الإعلام الإسلامي واللغة:

اللغة كما يقول «الفيلسوف الوجودي هيدجر (Heidegger)»: هي «بيت الكينونة» وكما يرى الفيلسوف الألماني «هيجل - Hegel» أننا لا نفكر إلا داخل الكلمات، فاللغة هي ذاكرة المجتمع وجسم هذا الوجود، هي وعاء ما نرث وما نكتسب وما ننتج من

(١) عبد القادر طاش: الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، الطبعة: الثانية ٢٠٠٤م.

خبرات ومعارف يستحيل تداولها خارج إطار اللغة، والتفكير والفكر لا وجود لهما خارج اللغة.

فاللغة تمثل أخطر وسائل التنشئة الاجتماعية والسياسة والدينية والنفسية، وأخطر ممارس للسلطة علي الإنسان وأخطر وسيلة إعلام ودعاية، وتشكيل للرأي العام وتوجيه له. وأخطر وسيلة تحطيم لمعنويات الجنود في الحرب أو رفع لها، وأخطر وسيلة إقناع للمواطن وتدجين له، وتوجيه لسلوكه، وصياغة لعقله، وإكسابه العلم الذي هو أساس التنمية ومرجعية السلوك، وأخطر وسيلة انسجام ثقافي اجتماعي.

واللغة كما يقول «ناعوم تشومسكي»: «تتسم بميزة أساسية من حيث أنها توفر للإنسان الوسائل اللازمة لكي يعبر بصورة غير متناهية عن أفكاره».

فاللغة هي وعاء الحضارة، وأحد أهم مظاهر الهوية، وهي كذلك، عنوان شخصية الأمة، ومن أهم أسباب وحدتها. فقد حوت اللغة العربية ميراث الأمة الحضاري، وساهمت في حفظ وحدتها الفكرية والجغرافية لقرون طويلة. واللافت أن اللغة العربية تتراجع الآن، بشكل كبير، على ألسنة أبنائها، أمام سيطرة اللهجات العامية المحلية.

وتساهم الفضائيات العربية بشكل رئيس في تكريس هذا الوضع الكارثي للغة العربية؛ في الوقت الذي كان متوقعاً أن تؤدّي الفضائيات العربية لنشر اللغة العربية؛ لكن الذي حدث خلاف ذلك.

ويسعى الإعلام الإسلامي، باستخدامه اللغة العربية الفصحى، عبر البث الفضائي، لإعادة الاعتبار للغة العربية، من أجل حفظ هوية الأمة، والسعي لوحدها.. وتعزيز تواصل شعوبها.

مؤتمرات الإعلام الإسلامي:

تم عقد مؤتمرين للإعلام الإسلامي في العاصمة الاندونيسية جاكارتا: الأول في عام ١٩٨٠م، والثاني في عام ٢٠١١م.

وقد خرج ميثاق مؤتمر «جاكرتا» الأول للإعلام الإسلامي (Jakarta Conference of Islamic Media) (عام ١٩٨٠م) والذي وقَّعت عليه ما يقرب من ٤٥٠ شخصية إعلامية إسلامية، بعدد من البنود ومن أهم هذه البنود:

- ١- ترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية.
- ٢- العمل على تكامل الشخصية الإسلامية.
- ٣- تقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.
- ٤- توضيح واجباته تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية.
- ٥- العمل على جمع كلمة المسلمين، ودعوتهم إلى التحلي بالعقل والأخوة الإسلامية والتسامح في حل مشكلاتهم، مع الالتزام بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله والعدوان في شتى صوره والحركات الفاشية والعنصرية، ومجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني المدعم بأشكال القمع والقهر التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية.
- ٦- التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض حماية للأمة الإسلامية وقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنها.
- ٧- أداء رسالتهم في أسلوب عف كريم حرصاً على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية، فلا يستخدمون ألفاظاً نابية، ولا ينشرون صوراً خليعة، ولا يتعاملون بالسخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتنة، ونشر الشائعات وسائر المهاترات.
- ٨- الامتناع عن نشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر، واليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.
- ٩- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حال تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية.

١٠- الالتزام بنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية، والدفاع عنها، وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض، والاهتمام بالتراث الإسلامي، والتاريخ والحضارة الإسلامية، ومزيد من العناية باللغة العربية، والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية، وبالأخص بين الأقليات الإسلامية.

١١- إحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية؛ لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن الكريم والسنة النبوية^(١).

وهي بنود جيدة على المستوى النظري، إلا أنها صعبة التطبيق عملياً - خاصة في التوقيت الذي أعلنت به - وذلك بسبب تخلف العالم الإسلامي نتيجة وقوع شعوبه تحت رحمة أنظمة سلطوية مستبدة كبلت الإعلام كثيراً وسخرته لغاية واحدة وهي لاستمراريتها.

وفي المؤتمر العالمي الثاني حول الإعلام الإسلامي في جاكارتا والذي عقد في ديسمبر ٢٠١١م وقد عقد تحت شعار (تأثير الإعلام الجديد وتقنية الاتصالات على العالم الإسلامي) طالب الدكتور عبدالرحمن الشبيلي «بهيئة إعلامية مستقلة تبث الحيوية والحراك للإعلام في العالم الإسلامي وتنتشله من واقعه اراكد، تقوم بالتشخيص واقتراح العلاج، وتدرس واقع الإعلام كمًا وكيفًا، وتضع نظرية شاملة لما ينبغي أن يكون عليه إعلام المسلمين أهدافًا ومضمونًا وعرضًا، وتكون بمثابة بيت الخبرة لمساعدة وسائل الإعلام ضعيفة الإمكانيات في الدول الإسلامية، رافضا مصطلح «الإعلام الإسلامي»، داعيًا إلى استبداله بـ «الإعلام في البلدان الإسلامية»، مطالبًا بمراجعة تجربة الماضي حيث قال: «ثمرة ٣٠ عامًا من عمر الإعلام في المجتمع الإسلامي بعد مؤتمرنا الأول عام ١٤٠٠هـ تقول أن لا شيء أنجزناه سوى المؤتمرات»^(٢).

ورأى المؤتمر أن الإعلام الجديد يجب أن يسهم في أن يكون البناء المعرفي الإنساني مشتركًا، مما يؤدي بالبشرية إلى التفاهم الإنساني والتعاون الشري والسلم العالمي، غير أن كثيراً منه موظف لتعميق سوء الفهم بين البشر وتعزيز الكراهية والعصبيات.

(١) سهيلة زين العابدين: الإعلام الإسلامي وخطر العولمة.

(٢) صحيفة عكاظ: مقال: مؤتمر جاكارتا يجدد الميثاق الإعلامي بعد ٣٠ عامًا.

وفي حال عدم استثمار تطور وسائل الإعلام بالشكل المطلوب؛ فمن المتوقع أن تكون النتائج على المستوى الإنساني العام أكثر سوءاً من ذي قبل، حيث سيؤدي بالضرورة إلى الجهل والمزيد من الانقسام والتشرذم، وتعميق العوالم الافتراضية التي يخلقها الإعلام والتي سوف تؤدي إلى الاصطدام في الواقع الاجتماعي.

وحذر المؤتمر من استمرار عملية عوامة النشاط الإعلامي وصناعة الإعلام عالمياً، وممارسة قوى السوق في كثير من مناطق العالم ضغوطاً لإعادة هيكلة وسائل الإعلام وإخضاعها لآليات السوق وتحويل المعرفة من خدمة إلى سلعة وتصنيعها وفق رغبات العامة وليس حسب احتياجاتهم، مما أدى في الغالب إلى هبوط بالمحتوى الإعلامي ومستوى الالتزام القيمي والأخلاقي.

توصيات المؤتمر:

وقد خرج المؤتمر بعدد من التوصيات وهي:

أولاً: دعوة وسائل الإعلام في الأمة الإسلامية لمساندة جهود الحوار مع مختلف الثقافات وأتباع الديانات والحضارات، ومد جسور التواصل معها وإيجاد البرامج التي تؤدي تلك المهمات، واستلهاج المنهاج الإسلامي في التواصل والحوار مع غير المسلمين «قل يا أهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم».

ثانياً: دعوة وسائل الإعلام في البلدان الإسلامية بخاصة، وفي دول العالم كافة، إلى استثمار الصاقات الإعلامية السلمية المعروفة حديثاً بتعبير (القوة الناعمة) في التواصل مع الثقافات الأخرى، وتوظيفها وتنميتها، للتفاهم في مجال السياسة الدولية وحل النزاعات بين الأمم والشعوب بالطرق السلمية.

ثالثاً: مناشدة دول العالم كافة التصدي لكل ما من شأنه المساس بالرسالات الإلهية، والرسائل عليهم الصلاة والسلام، وضبط حرية التعبير المؤدية إلى الانزلاق والتفسخ وإفساد أخلاق النشء بخاصة عبر وسائل الإعلام، وأن تكون عوناً للأسر والمدارس في هذا الميدان.

رابعاً: إيجاد وسائل تحقق التنسيق بين المؤسسات الإعلامية في العالم الإسلامي، والاستفادة البينية بين دوله في تبادل الخبرات واستثمار ما تملكه بعض الدول الإسلامية من تكنولوجيا متقدمة في مجال الاتصال والمعلومات.

خامساً: التذكير بأهمية الإعلام في ترسيخ قيم الأمن والتكامل في المجتمعات الإسلامية بين الجهات الرسمية والشعبية، ودوره في مواجهة التطرف والغلو والفتن والإرهاب.

سادساً: حث الجمعيات والمراكز الإسلامية ووسائل الإعلام على الاستفادة المنضبطة بضوابط الشرع من شبكات التواصل الاجتماعي وفق خطط مدروسة باعتبارها فرصة للتفاعل والتشارك ولزيادة جهود العمل الدعوي والخيري والطوعي.

سابعاً: إنشاء مراكز ومعاهد للتدريب تركز على الجانب العملي والتطبيقي، مع أهمية مراعاة التقدم التقني المطرد في وسائل الإعلام والاتصال، لتأهيل نخبة إعلامية مسلمة تقوم بواجبها الدعوي من خلال الإعلام.

ثامناً: العمل على تطوير مناهج كليات الإعلام وأقسام الدراسات الإعلامية في العالم الإسلامي، لمتابعة التطورات المتلاحقة في مجال الإعلام ووسائله علماً وممارسة، بما في ذلك توفير المعامل والمعدات التي يحتاج إليها الطالب لتطبيق ما يتلقى من نظريات، وبما ييسر للمتخرجين التعامل مع ما ينتجه العام اليوم من مخرجات تقنية إعلامية.

تاسعاً: العمل على تطوير مهارات استخدام المعلومات لدى الأجيال الجديدة وتدريبهم على أفضل وسائل استثمار المعلومات، بما يعود بالنفع الحقيقي على هذه الأجيال، وتضمينها في مناهج التعليم بالمراحل الإعدادية والثانوية بما يساهم في تطوير مهارات البحث عن المعلومات، والإفادة منها وفق مناهج وخطط مدروسة، ومنضبطة بقيم الإسلام.

عاشراً: العمل على الاستثمار الصحيح المنضبط لما تتيحه شبكة الانترنت من فرص في مواقع الدعوة الإسلامية ومواقع التعريف بالإسلام من خلال الاستخدام المحترف للوسائط المتعددة وتنويع خيارات المحتوى الإلكتروني، بما يعزز مبادئ الإسلام ونشر رسالته في الأمن والسلام والتعاون والتعايش وحب الخير للناس باللغات العالمية كافة.

حادي عشر: حث الهيئات والمؤسسات في دول العالم الإسلامي على الاستفادة الصحيحة من وسائل الإعلام الجديدة بالوجود الفعلي فيها، والتفاعل النشط مع مستخدميها، والإسهام في تصحيح الأفكار الخاطئة والمعلومات غير الدقيقة التي يتداولها البعض عبر هذه الوسائل.

ثاني عشر: التركيز على توعية الشباب بما يحقق أفضل استفادة من هذه الوسائل، بحسن استخدامها وتحسينهم من ساليباتها.

ثالث عشر: الاتفاق على مقياس لحرية الإعلام ينطلق من المفهوم الإسلامي في مواجهة انتشار مقاييس الحرية بمفهومها الغربي، وعقد حلقات بحث متخصصة لهذا الغرض، ونشر تقارير دورية حول حرية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى من منظور إسلامي.

رابع عشر: التأكيد على التعاون بين رابطة العالم الإسلامي ووزارات الإعلام والثقافة ومؤسسات الإعلام في الدول الإسلامية، ودعوة وزراء الإعلام والمسؤولين إلى تبني توصيات هذا المؤتمر وتدارس آليات تكفل تحقيق ما توصل إليه.

خامس عشر: تعزيز دور وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (إينا) (IINA) International Islamic News Agency واتحاد الإذاعات الإسلامية وتطوير أدائهما وفقاً لقرارات وزراء الإعلام في الدول الإسلامية، ودعوة رابطة العالم الإسلامي ووزارة الثقافة والإعلام في المملكة العربية السعودية إلى عقد ندوة يجتمع فيها متخصصون لدراسة سبل تعزيز دور الوكالة والاتحاد.

سادس عشر: مناشدة العاملين في الإعلام والمخططين وصانعي القرار الإعلامي في المجتمعات المسلمة لوضع توصيات هذا المؤتمر ضمن آليات عملهم لخدمة الإعلام الإسلامي.

سابع عشر: توصيات خاصة برابطة العالم الإسلامي: دعا المؤتمر رابطة العالم الإسلامي إلى تأصيل التعاون بين مؤسسات العمل الإسلامي ومؤسسات الإعلام الإسلامي من خلال انتهاج العمل العلمي القائم على الخطط والاستراتيجيات، ويوصيها المؤتمر بما يلي:

١- تكوين هيئة من الأكاديميين والممارسين، يكون من أهدافها دراسة واقع الإعلام والاتصال في العالم الإسلامي كمًا وكيفًا، واقتراح العلاج للمشكلات، وإصدار تقرير سنوي عن سبل الارتقاء بهما، وأن تعقد اجتماعات بشكل دوري للنظر فيما يجد من آراء.

٢- دعم الهيئة الإسلامية العالمية للإعلام التابعة للرابطة بما يؤهلها إلى العمل في ظل التطورات الإعلامية في العالم والتعامل مع تأثيرات الإعلام الجديد وتقنية الاتصالات، ويكون من ضمن مهامها:

أ- إقامة حوار حضاري وثقافي بين المسلمين بعضهم مع بعض، وبين المسلمين وغيرهم، عماده الاحترام المتبادل، وأن يكون نهج المسلمين فيه وفق قوله سبحانه وتعالى في كتابه «وجادلهم بالتتي هي أحسن».

ب -تكثيف الاتصال بالمؤسسات الإعلامية والعلمية والثقافية والتربوية والفكرية العالمية.

ج -التواصل المستمر مع المؤسسات الإسلامية داخل المجتمعات غير المسلمة ودعمها وتقوية مناهجها.

د -التواصل مع المنصفين من غير المسلمين من المؤسسات والعلماء.

هـ- دعم دور النشر التي تهتم بترجمة كتب التراث والحضارة الإسلامية والتاريخ الإسلامي والدعوة إلى إنشاء صندوق عالمي للإنفاق على الترجمة.

ونحن نعتقد أن هذه التوصيات باتت قابلة للتحقيق في ظل الانفتاح الإعلامي الذي شهدته العديد من ابلدان العربية، بعد أن ثارت ضد أنظمتها السلطوية، فيما يعرف بالربيع العربي، فمصر الإعلام يبقى مرتبطا وبالأساس بطبيعة النظام السياسي للدولة التي يتواجد بها.

الإعلام الإسلامي وحتمية تجديد الخطاب الديني:

تجديد الخطاب الديني الإسلامي بات ضرورة ملحة؛ إذ لابد من الشروع في إنتاج خطاب جديد يواكب مستجدات الحداثة، فالخطاب القديم يحمل الكثير من المغالطات الفكرية والمنهجية بالإضافة لانتمائه لعصور وأزمنة خلت إذا يركز بصفة أساسية على التخويف من عذاب القبر، وفي هذا الصدد يرى الدكتور عبد الوهاب المسيري أن خطاب المتحدثين عن عذاب القبر وما شابه من موضوعات يتشابه كثيرا والرواية «القوطية»، والتي ظهرت في منتصف القرن الـ ١٨ في أوروبا والتي توجد فيها شخصيات غطية ذات بعد واحد، تتحرك في عالم مظلم كله مفاجآت مخيفة، وقد سميت هذه الروايات «قوطية» نسبة إلى معمار الكنائس القوطية الذي ساد العصور الوسطى في الغرب، والذي كان يبعث الرهبة في النفوس بسبب ارتفاع جدرانه وأعمدته ونوافذه الملونة التي لا تسمح بمرور الضوء.

وتوصل هذه الروايات لفكرة هروب الإنسان من العالم المادي إلى شيء مثير للخيال والعواطف التي يهمشها العقل المادي، وهذا ما نجده في الكتب التي تتناول الحياة البرزخية وعذاب القبر والثعبان الأقرع وأهوال الجحيم، فخطاب من يتحدث عن مثل هذه الأمور يمكن أن نطلق عليه الخطاب الإسلامي القوطي - إن صح التعبير - وهو موجه بالدرجة الأولى للبسطاء من الناس، فيدخل على حياتهم قدرا من الإثارة التي تنسيهم حياتهم الرمادية والقهر الذي يعيشون فيه، فالحديث عن الثعبان الأقرع أمر مثير للخيال مثل أي فيلم مرعب، لكن مشكلته أنه يفرغ الشحنة الإيمانية دون مضمون أخلاقي وإنتاجي، ويرسخ مبدأ الخلاص الفردي. فهو هروب مقنع من الواقع.

ويرى المسيري أن مثل هذا الخطاب هو دعوة للانسحاب من الحياة الحقيقية، وفرار إلى عالم خيالي مريح، لا علاقة له بأي واقع، وهو في هذا يشبه فصل العبادات عن المعاملات، بحيث يتفرغ الإنسان للعبادات على حساب مسئولياته الاجتماعية، وهذا النوع من الخطاب - وليس الدين نفسه - هو الذي يمكن أن نطلق عليه أفيون الشعوب.

إن اللجوء إلى الغيبيات دون مضمون أخلاقي هو أحد سمات العلمانية الشاملة،

فإن الإنسان العلماني يريد ميتافيزيقا دون أعباء أخلاقية، تماما مثل الإيمان بالأطباق الطائرة أو العرافين أو بقراءة الكف، فالإيمان بمثل هذه الغيبيات العلمانية لا يكلف شيئا، إذ إن المؤمن بها ليس عليه أن يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر، والخطاب الإسلامي القوطي يدور في هذا الإطار.

فجوهر الإسلام - تماشيًا مع رؤية المسيرى - هو هذه الثنائية التفاعلية بين الله والإنسان، بين السماء والأرض، بين الرجل والمرأة، بين العبادات والمعاملات، بين الثوابت الأزلية والحياة اليومية المتغيرة، وفي أيامنا هذه، نشاهد سيطرة النزعة الاستهلاكية علينا جميعا، وهرولتنا لجمع المال لننفقه في سلع نريدها فننسى كثيرا من إنسانيتنا بل حتى فطرتنا الإنسانية نفسها، فهي الحدثة المنفصلة عن القيمة (Value free modernity) التي هيمنت على العالم بأنها فصل كل العلاقات الكونية وعلاقات القرابة والجيرة وصلة الرحم عن الإنسان، وجعلها خاضعة للتفاوض.

ويذهب المسيرى إلى أنه في الديمقراطية من الضروري أن يبقى جزء كبير من رقعة الحياة بعيدا عن هيمنة الدولة المركزية، مع ضرورة تنشيط الحافز الفردي بهدف توظيفه في المجتمع، أي أنه يعترف بفردية الفرد في إطار اجتماعي إسلامي. الفرد لديه إرادة البناء والمقدرة على تغيير ذاته وإصلاح المجتمع في ذات الوقت. على عكس المتحدثين عن عذاب القبر، فهم يجعلون منه شخصا متلقيا، ويحولونه إلى كائن يبحث عن الخلاص الفردي وحسب، رغم أن مسألة الخلاص الفردي هذه ليست إسلامية، ولكنها جزء من رؤية غلاة التصوف. نعم كل فرد مستول وحر، ولكنه جزء من جماعة المسلمين، أي الأمة الإسلامية، ولذا فهناك فرض كفاية وفرض عين، ولذا ليس من المستغرب أنه عندما جاءت لجنة حرية الأديان من الكونجرس الأمريكي أوصت بنشر الفكر الصوفي؛ لأنه يسرب طاقة المجتمع الإبداعية والثورية من خلال قنوات فردية، فتجعل كل فرد مشغولا بنفسه، بينما يتمكنك المجتمع ويسقط.

والجدير بالذكر أن الإعلام الديني لا يمثل خطابًا واحدًا فثمة أنواع مختلفة للخطاب الديني المعاصر، ويرجع ذلك إلى اختلاف المرجعيات الدينية والفكرية لمنتجى هذا

الخطاب الدينى، ولتجديد الخطاب الدينى من الضروري اتباع عدد من النقاط وهى: تجديد لغة الخطاب الدينى، وإعمال العقل فى فهم النص والواقع، والانطلاق من الحاضر لا الماضى، وتغليب المصالح الإنسانية، والتعامل مع الإسلام كرسالة عالمية .

ويرى بعض الباحثين أن الخطاب الدينى يمكن تقسيمه إلى مؤسسى وآخر غير مؤسسى ومنهم من يقسمه إلى: الخطاب الأصولى، والخطاب الإصلاحى^(١).

وقد أجريت دراسة على ٩٠ شخصاً من العاملين بالإعلام الدينى وأساتذة الإعلام، وتوصلت إلى أن: سلبيات الخطاب الدينى هى: عدم إظهار جوهر الدين والانشغال بالشكليات والأمور الهامشية، وميل الخطاب الدينى إلى رفض الحضارة الغربية.

فالقضايا التى يجب إثارتها فى الإعلام الدينى هى: التواصل الحضارى مع دول العالم، وتفعيل دور المنظمات الإسلامية والوحدة العربية، وتأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية والتكافل الاجتماعى، والمضامين التى تلزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة للمقدسات، والمضامين التى تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية فى وضوح ويسر^(٢).

وفى دراسة حول التوجهات الفكرية للدعاة الجدد رأَت الباحثة أن الصفات التى يجب أن يتحلى بها الدعاة الجدد هى:

١- الوعى التام بكل الأطر المرجعية (قرآن وسنة) وعمل الصحابة واجتهادات التابعين.

٢- القراءة الجيدة لحركة التاريخ الإسلامى وإدراك السنن التاريخية.

٣- الإلمام الكافى بالتراكمات المعرفية والعلمية والخبرات المادية والمعنوية التى توصل إليها العالم.

(١) علاء الشامى: دور الخطاب الدينى فى وسائل الاتصال فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(٢) صالح السيد عراقى: أساليب تطوير الخطاب الدينى فى القنوات الفضائية العربية.

٤- التدريب على التقنيات الحديثة التي تمكنه من متابعة ما يدور حوله من أحداث واستكشافات علمية ومعطيات عصرية.

٥- إدراكهم بأن الإسلام دعوة بكل ما تحمله الكلمة من معان لأن الإسلام دين يقوم على المنطق ويستند إلى البرهان في مخاطبة الجماهير مسلمين وغير مسلمين.

٦- إدراكهم بأن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال.

ومن أوجه قصور الخطاب الحالي محاولة فصل البعد الروحي عن البعد السياسي، وهو بذلك ودون وعى منه يتفق مع الغرب؛ فالغرب يخشى على الدولة من الدين، ونحن نخشى على الدين من الدولة، كذلك فهو يتجاهل القضايا المتعلقة بالتبعية الاقتصادية والثقافية التي تعاني منها المجتمعات الإسلامية المعاصرة^(١).

الإعلام الإسلامي وتحدي العولمة ومستجدات الحداثة:

مع بداية العصر الحديث وأوج الحضارة الغربية انبهر الكثير من الكتاب والمفكرين بها متناسين الهوية العربية والإسلامية وضرورة الحفاظ عليها؛ لذلك فلم يكن مستغرباً أن نجد كاتباً كبيراً مثل طه حسين في كتابه (مستقبل الثقافة في مصر) يدعو إلى التغريب والتخلي عن الهوية إذ يقول: «على المصريين إذا أرادوا أن يتقدموا أن يصبحوا أوروبيين في كل شيء وأن يتمثلوا الحضارة الأوروبية حلوها ومرها».

وما من شك في أن مفهوم العولمة يرتبط في الأذهان بالسعي للهيمنة من قبل الدول الغربية المتقدمة على الدول النامية، كما يرتبط بالهجمة الإعلامية الغربية الشرسة على إعلام وثقافة مجتمعات الجنوب. والعولمة أيًا كانت هويتها ثقافية أو اقتصادية أو سياسية - هي قدر قادم لا يمكن رده، وقد بات العالم قرية إعلامية مفتوحة لا يمكن بناء جدران بين منازل ومؤسسات هذه القرية.

(١) حنان محمد عبد المجيد: التوجهات الفكرية للدعاة الجدد نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي.

ونحن كمسلمين نملك رصيّدًا متفوقًا في الإطار الثقافي لا يستطيع أي وافد أن يقتحمه أو أن يتغلب عليه؛ فإذا استعدنا ثقتنا بأنفسنا وبديننا فإننا سوف نشكل عامل ارتداد للهجرة الثقافية الغربية التي نأمل أن نهزمها ثقافيًا وفكريًا، بل وأن نستوعبها. مثلما حدث من قبل عندما اجتاحتنا التتار فغلبونا عسكريًا، ولكننا تفوقنا عليهم ثقافيًا.

ويلاحظ على الإعلام الإسلامي اضطراب المفاهيم وعدم الاتفاق بين العلماء على كثير من المصطلحات الإسلامية، على سبيل المثال لا الحصر: العمليات الفدائية التي يقوم بها الفلسطينيون ضد الاحتلال الإسرائيلي، نجد أن بعض الفتاوى الإسلامية أشادت بهذه العمليات وعدتها قمة أنواع الجهاد، وعدت القائمين بها شهداء في سبيل الله، بينما أشارت بعض الفتاوى الأخرى بأنها عمليات انتحارية، ومن ثم فإن بعض وسائل الإعلام الإسلامي لم تستطع حتى الآن توحيد هذه المفاهيم.

إن مضمون رسالة الإعلام الإسلامي قد انحصرت في الثقافة النظرية للإسلام والمقصود بها جوانب العبادات - الصلاة، الصوم، الحج، الزكاة - وجوانب العقائد - الإلهيات، النبوات، السمعيات - أما الثقافة التطبيقية ويقصد بها تفاعل رسالة الإعلام الإسلامي مع القضايا المعاصرة على مستوى الأمة نجد أن هذا التفاعل معها ضئيل جدًا.

وضعف التنسيق الإعلامي بين القنوات الفضائية الإسلامية والاستفادة من تجارب كل منها، فهي كما لو كانت تمثل جزرا منعزلة عن بعضها البعض^(١).

ورغم سنوات الخبرة القليلة التي تمتلكها الفضائيات الإسلامية إلا أنها استطاعت أن تستحوذ على جمهور عريض على امتداد العالم الإسلامي، فلدينا الآن الكثير من القنوات الفضائية الإسلامية بشقيها السني والشيعي، وبتوجهاتها المعتدلة وملتشدة والوسطية، لكن السعي الإسلامي الدءوب للوجود الإعلامي لم ترافقه مساع لإنتاج خطاب إعلامي حديث ومتميز، بل كان التكرار والحشو والتقليد هي السمة العامة للمادة الإعلامية

(١) راجع: دكتور هشام النشواني: الإعلام الإسلامي متخلف عن إدراك العصر.

علاء الدين مصطفى: الإعلام الإسلامي.. واقع وتحديات

المطروحة، كما أنها اتسمت بارتفاع حدة التوتر المذهبي جراء كثرة الرسائل الطائفية التي تبث فضائياً، والدور الذي لعبته إحدى القنوات التي تبث من لندن في تأجيج الفتنة المذهبية أبلغ من أي دليل.

إن أغلب المشاريع الإعلامية الإسلامية من صحف ومجلات وانترنت إلى إذاعات وقنوات فضائية لم تقدم مادة جديدة ومقنعة، وإنما عملت على إعادة إنتاج خطابها القديم بحلة جديدة وبتقنيات حديثة، والمواضيع الهامة مثل مسألة الوحدة الإسلامية وتفرعاتها، أو النهضة الدينية وقضاياها، يتم طرحها بصورة مثيرة بهدف تحقيق مكاسب إعلامية أو سياسية.

كذلك يجب أن تتم المصالحة بين المؤسسة الدينية التقليدية وبين المبدعين الإعلاميين والتقنيين والمثقفين، إذ أن انشغال المؤسسة الدينية بالعلوم القديمة والقضايا التاريخية، وتخوفها من أطروحات التجديد، دفعها للعمل على تحجيم تيارات التجديد في المجتمع، وإظهار عيوب ونواقص المثقفين وملاحقة المبدعين، وهو ما انتهى إلى الانشغال بالصراع الداخلي وصراع الحداثة والتقليد، أو صراع المعاصرة والأصالة كما يطلق عليه البعض^(١).

قضايا إشكالية مرتبطة بالإعلام الإسلامي:

قضية المرأة:

قضية المرأة دائماً ما تتصدر المسائل الخلافية في قضايا الحوار بين المسلمين وغيرهم - أو داخل الجماعة الإسلامية ذاتها - فسوء الفهم، حول موقف الإسلام من المرأة، والدور الذي حدده لها كثيراً ما يصور الإسلام على أنه منكر لحقوقها أو أن حقوقها منقوصة في التصور الإسلامي.

إلا أن الواقع أن الشريعة الإسلامية تمنح المرأة كثيراً من الحقوق في الحياة العامة. بل إنها في بعض الجوانب لها من الحقوق أكثر مما للرجل؛ فلا ينظر الإسلام إلى المرأة - بعكس ما

(١) أحمد شهاب: الإعلام الإسلامي.. والخطاب الجديد.

يظنه كثيرون- على أنها كائن أقل من الرجل، وعضو منتقص الحقوق. وفي المقابل لا ترتضى الشريعة الإسلامية بتميم الحدود بين الجنسين، ولا تسمح بتداخل أدوارهما.

وتقوم سائل الإعلام بوضعها الحالي على استغلال المرأة جسديًا بشكل يجذب الرجل إليها، بتوظيف المحسوس لدى المرأة لجذب الرجل، متناسيًا أبعادها الروحية والقيمية؛ فصار يمكن عرضها، ضمن سلوك استهلاكي. فهي يجب أن تظهر بشكل وهيئة مقبولة.. للرجل. وهي كذلك، يجب أن تكون ضمن (رسالة إعلامية)، تشتمل على إغراء بمتابعتها، من قبل الرجال، وهو أمر يرفضه الإسلام؛ لأنه يلغي كينونة المرأة، ويزدري قيمتها الإنسانية.

والمرأة في الإعلام الإسلامي، لا ينبغي أن يتم تحويلها إلى شيء، أو (سلعة).. يحكمها قانون العرض والطلب؛ فظهور المرأة في الإعلام الإسلامي، محكوم بالضوابط العامة للشريعة، تأسيسًا على مبدأ أن الإعلام الإسلامي محكوم بقاعدة الحلال والحرام.

من هنا فعلى الإعلام الإسلامي أن يتحرك على مستويين - فيما يخص المرأة - المستوى الأول: وهو ضرورة تصحيح الصورة الخاطئة والتي تدعى أن المرأة حقوقها منقوصة في ظل الرؤية الإسلامية مقارنة بحقوقها في الشرائع الوضعية، والمستوى الثاني: وهو إنقاذ المرأة من الإطار الجسدي والجنسي الذي حصرها فيه الإعلام الغربي، والتأكيد على أبعادها الروحية والإنسانية.

قضية الفن:

يقول الفنان صلاح طاهر «الفن هو أسمى وأنبى أنواع الكذب، وهو أصدق أنواعه لأنه يفوق الصدق»، ويقول أرسطو يزداد الفن في قيمته كلما نزع نحو التجريد، غير أن أحد التساؤلات الرئيسية حول الفن هو هل الفن من أجل الفن أم الفن من أجل الحياة؟

فالذين يؤمنون بمبدأ «الفن للفن» يرون أن الفن يجب ألا يخضع لأي قيد أخلاقي، وأن يكون معبراً عما يسمى (الحقيقة) الإنسانية، في شكلها الأول وعن روح الإبداع التي لا تعترف بحدود ولا قيود من أي نوع. وعماشيًا مع هذا الرأي فالأديان، والقوانين الأخلاقية التي يضعها الإنسان، أشياء محدثة والفن لا يجب إخضاعه للمعايير الأخلاقية - كما يقولون -

فهى تؤدى إلى خلق الإبداع . فالنحات الذى ينحت جسدًا عاريًا، يعرض إبداعًا وليس معنىً بمفهوم الإباحية «Pornography»، الذى ترفضه المعايير والضوابط الأخلاقية. فالمعيار الأخلاقى نسبى، ويختلف من ثقافة لثقافة، ومن فرد لآخر، وهى رؤية تم باسمها انتهاك الكثير من القطعيات الدينية والقيم الاجتماعية، وفتحت الباب لممارسات، وسلوكيات فيها تجاوز لمسلمات أخلاقية بدعوى حرية الفن والإبداع.

على الطرف الآخر نجد رؤية «الفن لأجل الحياة» التى يؤمن أصحابها بالقيمة الجمالية للفن، وبأن الجمال قيمة أخلاقية بحد ذاته، وأنه إذا اتكأ على الذائقة الفطرية فقط فى تقديم الجمال متجردًا من رسالته الأخلاقية؛ فسوف يهبط إلى مستوى العرض الغريزي، الذى لم تهذب الأخلاق التى جاءت بها الرسالات السماوية، أو دعت إليها الفلسفات الأخلاقية.

والرؤية الأخيرة هى الأكثر تعبيرًا عن المنظور الإسلامى، إذ أن الفن يجب أن يكون معبرًا عن قضايا المجتمع وفى الوقت ذاته محترمًا لثوابته وقيمه.

قضية الصورة والتصوير:

يقول أرسطو «لا تفكر الروح أبدًا من دون صور»، ويقال الصورة بألف كلمة، وقد اكتسبت الصورة أهمية قصوى فى الإعلام الحديث؛ إذ أصبحت وسيلته الأكثر والأبلغ تأثيرًا والتى يصعب بل يستحيل العمل بدونها.

فى المقابل نجد أنفسنا أمام أدبيات الفقه الإسلامى، والذى اتخذ موقفًا رافضًا للتصوير. على اعتبار أن التصوير هو إشراك الله سبحانه وتقليد فى عملية الخلق، إذ يجسد نوعًا من المحاكاة لما خلقه الله سبحانه وتعالى، كذلك شبهة الشرك بالله؛ بوصفها ذريعة إلى الشرك؛ فالجاهلية كانت تقوم على عبادة الصور أو التماثيل.

وقد اعتمدت الآراء الفقهية التى قالت بتحريم التصوير على أحاديث صريحة عن الرسول ﷺ فيها تحريم للتصوير، ووعيد للمصورين.

غير أن عددًا من الفقهاء، أفتوا بأن مناط التحريم فى التصوير، هو العلاقة المباشرة،

بين الشرك وعبادة التماثيل، التي هي شكل من أشكال التصوير. وهو الرأي الذي كان مدعاة لإعادة النظر في حكم التصوير، وَقَصُرَ تحريم التصوير على المجسّم منه فقط، مثل النحت وصناعة التماثيل، ثم ظهر رأي آخر بعدم تحريم الأخير على اعتبار بعد المسافة الزمنية بين عبادة الأصنام واللحظة الراهنة وأن العلة تدور مع المعلول وجوبًا وعدمًا، ويعتمد أصحاب هذا الرأي على فتوى الإمام محمد عبده والتي ذهب فيها إلى أن الإسلام قد استقر على وحدانية الله وتنزيهه عن الشرك به، بل يمضي إلى أبعد من ذلك، حيث قال: «إن التصوير نوع من الشعر، والشعر نوع من التصوير، وأن كليهما يرتفع وبسمو بروح الإنسان للتسبيح بالخالق سبحانه، وأن به تقريبًا إلى الله، وفيه معرفة بسمو مخلوقاته».

وهذا الاجتهاد الفقهي قد مثّل تطورًا غير مسبوق، في النظر إلى قضية التصوير.

قضية الموسيقى:

لا يخفى على أحد أن هناك أحاديث شريفة، عن الرسول ﷺ تنص صراحة على تحريم الموسيقى والغناء وآلات الطرب التي وصفها الأحاديث بـ (المعازف).

غير أن هناك عدد من العلماء قد خرجوا على الإجماع بتحريم الغناء، والموسيقى التي تصاحبه، إذ اشترطوا للتحريم أن يكون الغناء فاحشًا، ومع أن هذا الرأي لم يلق إجماعًا لدى جمهور علماء المسلمين؛ إلا أنه لا يزال مطروحًا.

ولكن هل المؤثرات الصوتية Sound Effects التي يستخدمها الإعلام ولتي أصبحت المؤثرات الصوتية، جزءًا أساسيًا من تقنيات العمل الإعلامي هي ذاتها الموسيقى التي ينسحب التحريم عليها؟ فلم تعد الآلات الموسيقية وحدها هي وسيلة إنتاج المؤثرات الصوتية.

لقد اعتبر المهتمون بالإعلام الإسلامي، تقنية إنتاج المؤثر الصوتي، فتحًا كبيرًا، كذلك فقد صار هناك حوار حول بديل صوتي للموسيقى، يتم مزجه إلكترونيًا، من مجموع أصوات

تُستقى من الطبيعة، ويقوم بدور المؤثر الصوتي، وهو التوجه الذي اعتبروه الفقهاء حلاً شرعياً لتلك المعضلة^(١).

وفيما يتعلق بموقف الإسلام من الإعلانات التجارية، بداية سنقوم بتعريف الإعلان اصطلاحاً؛ فهو وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع، وهو فن يعتمد على الإغراء، إغراء الأفراد والجماعات المستقبليين سواء منهم الحقيقيون أو المحتملون، والإسلام يحظر الإعلان عن سلعة بسبل ملتوية فيها غش وخداع.. كما أن الرسول - عليه أفضل الصلاة والسلام - نهى كل بائع أن يمدح بضاعته أكثر من اللازم بحيث يغدق عليها أوصافاً لا تتوفر عليها في الواقع، وهذا تدليس ينهى عنه الإسلام، بل إن هناك كثيرين ينغمسون في كثرة الحلف والأيمان قصد بيع بضائعهم^(٢)، فالرسول ﷺ يقول: «إياكم وكثرة الحلف في البيع؛ إنه يَنْقُثُ ثم يحق». كذلك فيجب أن يلتزم بأخلاقيات وقيم الإسلام والمجتمع بصفة عامة.

الإعلام الإسلامي والانبعاث الحضاري الجديد:

ونقصد هنا اللحظة التاريخية التي تعيشها الإنسانية في الوقت الراهن، والتي تأزمت فيها الحضارة الغربية وأوشكت على إعلان إفلاسها الحضاري، وهي اللحظة التي اعتقد فيها الكثير من المفكرين أن هناك حضارة بديلة أخذة في الصعود لتتولى القيادة، قيادة الإنسانية، ونحن نعتقد أن الإسلام مرشح لذلك بقوة شريطة العمل الجاد، وبالطبع سيكون للإعلام الإسلامي دور مفصلي في ذلك.

وقد آثرنا أن نورد عددًا من الدلائل والمؤشرات على ذلك كي نبعث روح التفاؤل في الإعلامى المسلم، تفاؤل يدفعه إلى مزيد من العمل والوعي بحقيقة دوره الحضاري، دون الركون للموقف اليائس المتسم بالسلبية.

(١) عبدا لله الوشلي: الإعلان الإسلامي.. المفهوم والأنواع.

(٢) المرجع السابق.

بداية لم تكن حقيقة الانبعاث الحضاري للإسلام وليدة اللحظة الراهنة، بل هي منذ عقود عدة، فعلى سبيل المثال يقول الدكتور جمال حمدان: «يبدو لي أن عودة الإسلام أصبحت حقيقة واقعة في أكثر من مكان، عودة الإسلام حقيقة ودالة جدًا تحت ناظرينا»، «في الوقت نفسه يبدو أن ديناميات الإسلام تختلف تمامًا، فقديمًا كان الإسلام يتقلص في تراجع نحو الجنوب في جبهته الأوربية وجنوب جبهته الإفريقية، الآن هناك عودة الإسلام في أوروبا خاصة في طرفيها أسبانيا وآسيا الوسطى، إضافة إلى هجرة المسلمين إلى قلب أوروبا».

فالحضارات «مثل الأفراد، تسقط وتتهار وتمرض وتصاب بالجلطات وعادة ما يبدأ الانهيار من الداخل فتصبح الأمة هشة قابلة للكسر من الفتن والمؤامرات والصراعات والفساد والتراف. ويرى أرنولد توينبي في نظريته (التحدى والاستجابة)، أن: «الحضارات لا تموت قتلاً، وإنما تموت انتحاراً» فالحضارات هي التي تدمر نفسها من الداخل.

كذلك المؤرخ الأمريكي وول ديورانت والذي يذهب إلى أن الحضارات العظيمة لا تنهزم إلا عندما تدمر نفسها من داخلها، مشيرًا إلى أن أي مجتمع لا يستطيع أن ينهض دون مساعدة أساسية من الدين. أما ابن خلدون فيؤكد أن «انحلال الحضارات يصاحبه فساد روحي ويتزامن مع بدء مرض اجتماعي، قلما يجذب انتباه المؤرخين وعلماء الاجتماع لأن آثاره المحسوسة تكون بعيدة، والمعنى أن الشعوب تصاب بالأمراض، ولكنها لا تموت إذا كانت قوية بدينها وعقيدتها»^(١). ونحن نرى الحضارة الغربية قد انحرفت أخلاقياً وفقدت شقها الروحي، وهو الشق الذي تذكى العقيدة الدينية والإيمان الذي غاب عن تلك الحضارة.

لقد دفع المد الإسلامي في أوروبا بصفة عامة وفرنسا بصفة خاصة إلى أن اعتبر سفير فرنسا بالجزائر أن انتشار الإسلام يشكل خطراً على العلمانية. فقد قالت صحيفة لوموند

(١) سيد علي: مقال: قوانين السقوط: جريدة المصري اليوم.

الفرنسية إن سفير فرنسا بالجزائر كزافيه دريانكور، اعتبر أن انتشار الإسلام بصورة كبيرة في بلاده خطراً على القيم العلمانية»، مشيراً إلى أن قرار حظر الصلاة بالشوارع الذي اتخذته الحكومة الفرنسية يندرج ضمن هذا الاعتقاد.

وأضاف: «إن انتشار الإسلام بات يشكل خطراً على القيم العلمانية»، موضحاً أن الديانة المسيحية تشهد تراجعاً، وهو ما جعلها تتقلص وبالمقابل انتهز الإسلام الفرصة للانتشار عبر الجالية المسلمة المتواجدة بفرنسا منذ عدة عقود، وهو أمر جعل بعض الدراسات المستقبلية في أوروبا تتنبأ بأن فرنسا ستصبح دولة إسلامية بعد عام ٢٠٢٥م.

وفي أعقاب الأزمة المالية العالمية الحالية، انتشرت بعض المقالات التي تبين مطالبة بعض مفكري الغرب بالأخذ بمبادئ الشريعة الإسلامية في مجال الاقتصاد لإنقاذ الاقتصاد العالمي من الانهيار ففي افتتاحية مجلة "تشيالينجز"، (المجلة الاقتصادية الفرنسية الشهيرة «challenges» بتاريخ ١١-٩-٢٠٠٨م) وهي من كبرى الصحف الاقتصادية في أوروبا، استنكر رئيس التحرير «بوفيس فانسون» التساهل في تبرير الفائدة، وهي الفائدة التي يحرمها الإسلام.

وفي مقال له بعنوان (البابا أو القرآن) والذي أثار موجة عارمة من الجدل وردود الأفعال في الأوساط الاقتصادية؛ فقد تساءل الكاتب فيه عن أخلاقيات الرأسمالية؟ ودور الكنيسة الكاثوليكية في تكريس هذا المنزع والتساهل في تبرير لفائدة، مشيراً إلى أن هذا المسلك الاقتصادي السيئ أودى بالبشرية إلى الهاوية.

وتساءل الكاتب بأسلوب يقترب من التهكم عن موقف الكنيسة ومستسمحا البابا بنديكت السادس عشر قائلاً: «أظن أننا بحاجة أكثر في هذه الأزمة إلى قراءة القرآن لفهم ما يحدث بنا ومصارفنا؛ لأنه لو حاول القارئون على مصارفنا احترام ما ورد في القرآن من تعاليم وأحكام وطبقوها ما حل بنا ما حل من كوارث وأزمات، وما وصل بنا الحال إلى هذا الوضع المزري؛ لأن النقود لا تلد النقود».

وطالب «رولان لاسكين»، رئيس تحرير صحيفة «لوجورنال دي فينانس»، في افتتاحية جريدته (بتاريخ ٢٥-٩-٢٠٠٨م) بضرورة تطبيق الشريعة الإسلامية في المجال

المالي والاقتصادي، لوضع حدٍ لهذه الأزمة التي تهز أسواق العالم من جراء التلاعب بقواعد التعامل، والإفراط في المضاربات الوهمية غير المشروعة.

وعرض لاسكن قناعته بفشل النظام الرأسمالي فشلا ذريعا، بضرورة البحث عن بديل، فكتب افتتاحيته تحت عنوان «هل تأهلت سوق المال الأمريكية المعروفة باسم وول استريت wall street لاعتناق مبادئ الشريعة الإسلامية» ولخص في هذه الافتتاحية المحاطر المحدقة بالنظم الرأسمالية، وضرورة الإسراع في البحث عن خيارات بديلة لإنقاذ الأوضاع المالية المتردية، وقدم عددا من المقترحات كان في مقدمتها تطبيق مبادئ الشريعة الإسلامية على الرغم من تعارضها مع تقاليد الغربيين ومعتقداتهم الدينية».

ومنذ عقدين من الزمن قدم «موريس آلي»، الاقتصادي الفرنسي الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد، اقتراحًا للخروج من الأزمة الاقتصادية التي يشهدها الاقتصاد العالمي بقيادة «الليبرالية المتوحشة»، فاقترح للخروج من الأزمة وإعادة التوازن شرطين، هما تعديل معدل الفائدة إلى حدود الصفر، ومراجعة معدل الضريبة إلى ما يقارب ٢٠٪، وهو ما يتقارب تمامًا مع إلغاء الربا ويتفق والنظام الإسلامي.

فصدق ربنا القائل جل شأنه: ﴿يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ﴾ [البقرة: ٢٦٦].

وكانت الهيئة الفرنسية العليا للرقابة المالية قد أصدرت قرارًا يقضى بمنع تداول الصفقات الوهمية والبيع الرمزية التي يبيحها النظام الرأسمالي، واشترطت التقابض في أجل محدد بثلاثة أيام على الأكثر من تاريخ إبرام العقد وهو ما يتطابق مع أحكام الفقه الإسلامي، كما أصدرت قرارًا يسمح للمؤسسات والمتعاملين في الأسواق المالية بتداول الصكوك الإسلامية في سوق المال الفرنسية وهي صكوك مرتبطة بأصول ضامنة بطرق متعددة تتلاءم مع نصوص الشريعة الإسلامية.

وفي مؤلف صدر أخيرا للباحثة الإيطالية «لووريتا نابليوني» بعنوان: «اقتصاد ابن أوى» أشارت المؤلفة إلى أهمية تطبيق نظام التمويل الإسلامي ودوره في إنقاذ الاقتصاد الغربي، واعتبرت انهيار الاقتصاد العالمي الذي نعيشه اليوم ناتجا عن الفساد المستشري

في النظام الرأسمالي الحالي والمضاربات الوهمية التي تملأ الأسواق والتي أدى تراكمها إلى الكارثة التي يعيشها عالم اليوم.

وأضافت الكاتبة أن إصلاح الأسواق المالية يمكن تحقيقه بفضل تطبيق نظام التمويل الإسلامي، لأنه هو النظام الأكثر عدلاً وديناميكية في عالم المال الدولي.

وأوضحت أن «المصارف الإسلامية يمكن أن تصبح البديل المناسب للبنوك الغربية، فمع انهيار البورصات في هذه الأيام وأزمة القروض في الولايات المتحدة فإن النظام المصرفي التقليدي بدأ يظهر تصدعا ويحتاج إلى حلول جذرية عميقة»^(١).

لقد جاءت علي السنة الغربيين هذه التعبيرات الصريحة: «النقود لا تلد النقود»، «تعديل معدل الفائدة إلى حدود الصفر»، «ضرورة التقابض في خلال ثلاثة أيام»، وكلها اصطلاحات تشير صراحةً للضج بالشكوى من الربا، الذي أمرنا القرآن بالابتعاد عنه.

وفي استجابة على ما يبدو لهذه النداءات، أصدرت الهيئة الفرنسية العليا للرقابة المالية - وهي أعلى هيئة رسمية تعنى بمراقبة نشاطات البنوك - قراراً يقضي بمنع تداول الصفقات الوهمية والبيوع الرمزية التي يتميز بها النظام الرأسمالي واشتراط التقابض في أجل محدد بثلاثة أيام لا أكثر من إبرام العقد، وهو ما يتطابق مع أحكام الفقه الإسلامي.

كما أصدرت نفس الهيئة قراراً يسمح للمؤسسات والمتعاملين في الأسواق المالية بالتعامل مع نظام الصكوك^(٢) الإسلامي في السوق الفرنسية.

ومنذ سنوات والشهادات تتوالى من مفكرى الغرب ورجالات الاقتصاد تنبه إلى خطورة الأوضاع التي يقود إليها النظام الرأسمالي الليبرالي على صعيد واسع، وضرورة البحث عن خيارات بديلة تصب في مجملها في خانة البديل الإسلامي.

لقد أدت الأزمة المالية التي تعصف بالاقتصاد الأمريكي إلى إفلاس عدد من البنوك

(١) نقلا عن جريدة المصريون بتاريخ ١٠/٧/١٤٢٩ هـ.

(٢) الصكوك الإسلامية هي عبارة عن سندات إسلامية مرتبطة بأصول ضامنة بطرق متنوعة تتلاءم مع مقتضيات الشريعة الإسلامية.

كان آخرها بنك «واشنطن ميوتشوال» الذي يعد أحد أكبر مصارف التوفير والقروض في الولايات المتحدة، وتأثر ميوتشوال الذي يعتبر سادس مصرف في الولايات المتحدة من حيث الأصول - بالأزمة العقارية وتدهورت أسهمه في البورصة إلى الحد الأقصى.

ويعتبر هذا المصرف أحد أهم المؤسسات العملاقة في عالم المال الأمريكي والذي انهار بسبب الأزمة في أقل من أسبوعين بعد مصرفي الأعمال يمان براذرز، وميريل لينش، إضافة إلى مجموعة التأمين إليه أي جي^(١).

وتلك الشهادات التي جاءت من الغرب لتتصف الإسلام ليست وليدة تلك الدعوة الحديثة بل عنك الكثير من عظماء الحضارة الغربية من شهدوا للإسلام بعظمته وقد أثروا أن نورد عددا منها ليستعين بها الإعلامى المسلم في عمله، ومنها:

يقول الفيلسوف أوجست كونت «إن عبقرية الإسلام وقدرته الروحية لا يتناقضان البتة مع العقل كما هو الحال في الأديان الأخرى».

ويقول الأمير تشارلز «بينما تشعر بأنك في الغرب مضطراً أن تذكر اسم الله في خفوت لأن الناس أصبحوا يفقدون هذه الحقيقة من الإيمان فإنني أشعر إذا دخلت بيت المسلم أو مسجده بأن الله يسكن فيه، إن العالم الإسلامى حين يرفض المادية الغربية فإن ذلك ليس تكليفاً سياسياً منه وليس نتيجة لحسد أو الشعور بالنقص بل على العكس من ذلك تماماً، وهذا يعكس لنا الخطر في أن الفجوة بين الغرب والإسلام تزداد اتساعاً وذلك في الحقيقة بتأثير الإعلام الغربى المنحاز ضد الإسلام والذي يصور الإسلام دائماً على أنه عدو لكل جديد إننا في الغرب نحتاج إلى أن يعلمنا المسلمون كيف نتعلم بقلوبنا بالإضافة إلى أن نتعلم بعقولنا»^(٢).

ويقول جورج برنارد شو: «إنه الدين الوحيد - يقصد الإسلام - والذي يبدو لي أنه

(١) راجع: محمد النوري: كتاب غربيون: الشريعة تنقذ اقتصاد العالم، موقع الإسلام أون لاين.

سالم عبد الغفور: اقتصاديون غربيون: الاقتصاد الإسلامى هو الحل للخلاص من الأزمة الاقتصادية العالمية، جريدة الوطن الكويتية.

(٢) مصطفى كاكاز: الحتمية في نجاح الدعوة الإسلامية.

تمتلك القدرة على استيعاب تغير أطوار الحياة بما يجعله محل إعجاب لكل العصور، لقد درست محمدًا ذلك الرجل المذهل، وفي رأيي أنه أبعد ما يكون عمن يسمى ضد المسيح (المسيح الدجال) ويجب أن يسمى منقذ الإنسانية، إننى أعتقد لو أن شخصا مثله تولى الحكم المطلق للعالم المعاصر لنجح في حل مشاكله، لقد تنبأت بأن دين محمد سيكون مقبولا في أوروبا الغد كما أنه بدأ يكون مقبولا في أوروبا اليوم»^(١).

كذلك الشاعر الألماني الكبير جوته؛ فله قصيدة شهيرة يتغنى فيها بالرسول الكريم وفضائله، وذلك في ديوانه «الديوان الشرقى».

ويقول المفكر الانجليزي توماس كاريل «لقد آن الأوان أن نحارب تلك الادعاءات المضجلة في الغرب وأن نعلمهم أن الرسالة التي دعا إليها هذا النبي (محمد) ظلت سراجًا منيرًا أربعة عشر قرنًا لملايين كثيرة من الناس».

ولقد شهدت المستشرقة الألمانية سيجرد هونكة في كتابها «الله ليس كذلك» بسماحة الإسلام في معاملة الأسرى، وبصفة خاصة صلاح الدين الأيوبي.

وهناك الكثير من الشهادات التي لا يتسع المقام لذكرها هنا.

إذًا وفي نهاية هذا الفصل، يمكننا القول أن الإعلام الإسلامى تقع على عاتقه تبعة كبيرة، تبعة إعادة إنتاج صورة ذهنية جيدة لدى الآخر حول الإسلام كبديل للصورة المشوهة التي ترسخت في الوجدان الغربى، آخذًا بمقتضيات الحداثة وروح الانفتاح على الآخر، ومبشرًا بميلاد عصر جديد، عصر يعمل الخير للبشرية جمعاء، على أن يتأكد من سلامة ونظافة الوسائل التي يتبعها، منطلقًا من رؤية الإسلام وفرضيته الأساسية بأن الغاية لا تبرر الوسيلة.



(١) أحمد عبد الوهاب: الإسلام في الفكر الغربى.

الفصل الثالث

تحدي الإعلام الصهيوني

بداية يجب تصحيح الخطأ الشائع بأن الإعلام الصهيوني هو الإعلام (الإسرائيلي) فقط؛ فالإعلام (الإسرائيلي) جزء محدود من الإعلام الصهيوني، الذي يمثل شبكة إعلامية واسعة مترامية الأطراف وضاربة بجذورها في كافة ربوع المعمورة.

فتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠% من العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي إنتاجًا وإخراجًا وتمثيلًا وتصويرًا ومونتاجًا هم من اليهود، وقالت صحيفة «الأخبار المسيحية الحرة» عام ١٩٣٨م عن سيطرة الصهيونية على صناعة السينما الأمريكية: «إن صناعة السينما في أمريكا يهودية بأكملها، يتحكم فيها اليهود دون أن ينازعهم فيها أحد، ويطردون منها كل من لا ينتمي إليهم أو لا يصانعهم، وجميع العاملين فيها إما من يهود أو من صنائعهم، ولقد أصبحت هوليوود بسببهم سدود العصر الحديث حيث تنحر الفضيلة، وتنشر الرذيلة، وتسترخض الأعراض، وتنهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كل من يعمل لديهم على تعميم ونشر مخططاتهم الإجرامي تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القذرة أفسدوا الأخلاق في البلاد، وقضوا على مشاعر الرجولة والإحساس، وعلى المثل للأجيال الأمريكية»، وختمت الصحيفة قولها: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة لأنها أضحت أعظم سلاح يملكه اليهود لنشر دعايتهم المضللة الفاسدة».

وهم يسيطرون أيضًا على كثير من وكالات الأنباء العالمية، ومراكز المعلومات، ويمتلكون أدوات متقدمة في صناعة الإعلام وفنونه؛ إذ يمتلك الصهاينة أربع وكالات أنباء عالمية وهي: وكالة رويتر البريطانية، والأسوشيتد برس واليونائيتد برس الأمريكيتين، ووكالة هافاس الفرنسية، وهذا يعني أن الذي يتحكم في صياغة وصناعة الخبر هم اليهود الصهاينة، وإعلامنا العربي والإسلامي يتلقى هذه الأخبار من هذه الوكالات^(١).

يقول الدكتور راجب السرجاني: «لا شيء أقوى أثرًا في تحريك الشعوب وتوجيه السياسات من تغيير الفكر! ولقد أدرك اليهود قيمة التغيير الفكري في تحريك الشعوب، فعملوا على استعمال هذه السياسة في كل تاريخهم، وما أكثر الشائعات الباطلة، والتعليقات المزورة التي حاربوا بها رسول الله ﷺ وصحابته منذ الأيام الأولى لدعوة الإسلام! وما زال اليهود إلى زماننا الآن يستخدمون نفس السياسة، وإن كان خطرهم قد أصبح أشد، وأثرهم صار أعمق؛ وذلك لقوة الآلة الإعلامية في زماننا من ناحية، ومن ناحية أخرى لغياب الإعلام المضاد الذي يصحح المفاهيم، ويردُّ على الإشاعات والأباطيل».

والمفحص لتاريخ اليهود في أمريكا يجد أن اهتمامهم بالإعلام كان كبيرًا جدًا، وذلك منذ الأيام الأولى لهم في هذا البلد الجديد؛ فقد هاجر اليهود إلى أمريكا للمرة الأولى في أعداد قليلة من إسبانيا والبرتغال، وذلك بعد اكتشاف أمريكا وتعرض اليهود للاضطهاد فيهما بعد سقوط الأندلس الإسلامية؛ فقد كان الصليبيون الأسبان والبرتغال يضطهدون كل المخالفين لهم في العقيدة، سواء كان من المسلمين أو اليهود. ثم كانت الهجرة الثانية من ألمانيا بعد عام ١٨٤٠م، وأخيرًا كانت الهجرة الرئيسية لهم من أوروبا الشرقية بعد عام ١٨٨٠م، وهذه الهجرة الأخيرة هي الهجرة التي خططت للسيطرة على الأمور في أمريكا، وكانت هذه السيطرة عن طريق عدة أمور، يأتي في مقدمتها الإعلام ثم المال ثم الدين.

فتوجهوا إلى أوسع الجرائد الأمريكية انتشارًا، وهي جريدة النيويورك تايمز (New York Times)، التي بدأت عملها في سنة ١٨٥١م، ولكنها كانت تعاني من بعض المشاكل المالية في أواخر القرن التاسع عشر، فعرض اليهودي النشط أدولف أوكس (Adolf Ochs)

(١) سهيلة زين العابدين حماد: الإعلام الإسلامي وخطر العولمة.

شراء الصحيفة الشهيرة، وتم له ذلك بالفعل، وصارت جريدة النيويورك تايمز من هذه اللحظة وإلى الآن جريدة يهودية صرفة! أما صحيفة واشنطن بوست (Washington Post) فهي الجريدة التي تؤثر تأثيراً مباشراً في السياسة الأمريكية.

فقد كانت هذه الجريدة تديرها أسرة ماكلين (McLean) المحافظة، والتي لم تكن تتعاطف مع قضايا اليهود؛ مما دفع المعلنين اليهود إلى سحب إعلاناتهم من واشنطن بوست وتوجيهها إلى صحف واشنطن الأخرى، وهذا أدى - مع مرور الوقت - إلى إفلاس واشنطن بوست نتيجة منافسة الصحف الأخرى، وكان ذلك سنة ١٩٥٤م، فتقدم اليهودي يوجين ماير (Eugene Meyer) لشراء الصحيفة بمبلغ زهيد نسبياً، وتم له ما أراد، وعادت الإعلانات اليهودية إلى الصحيفة الشهيرة، وصارت بذلك أقوى الصحف السياسية في أمريكا صحيفة يهودية.

ونفس الشيء ينطبق على صحيفة وول ستريت (Wall Street Journal)، التي تعدّ أكثر صحيفة يومية تجارية توزيعاً في أمريكا، حيث تُوزّع أكثر من مليوني نسخة يومياً، وهي مملوكة لليهودي بيتر كان (Peter Kann).

أما أكثر المجلات الأمريكية توزيعاً فهي مجلات التايم (Washington Times) والنيوزويك (Newsweek) والنيوز آند وورلد ريبورت (News & World Report)، و (Western Publishing)، و (childrens books) وكلها مجلات يهودية.

وفي مجال نشر الكتب فاليهود يملكون الشركة الثانية على مستوى أمريكا، وهي شركة سيمون وشاستر (simon & schuster)، ويملكون كذلك الشركة الثالثة، واسمها تايم وارنر تريد جروب (Time Warner Tread Group). كما أنهم يسيطرون على عدة مواقع مهمة في الشركة الأولى على مستوى أمريكا، وهي شركة راندوم هاوس Random House.

أما مجال إنتاج الأفلام فيقع تحت سيطرة يهودية شبه تامة، فمعظم أسماء الشركات الشهيرة في هذا المجال شركات يهودية صرفة، ويكفي أن نعلم أن أكبر تجمع في العالم الآن هو شركة (والت ديزني) التي تملك تليفزيون والت ديزني، وتليفزيون تاتش ستون،

وكذلك تليفزيون بوينا فيستا، إضافة إلى شبكة الكوابل الخاصة بها. وهذه الشركة (والت ديزني) يرأس مجلسها التنفيذي اليهودي ميشيل إيزنر (Michael Eisner).

وثاني أكبر تجمع إعلامي فهو تجمع تايم وارنر، والتي يعدّ فرعها الشهير Hbo هو أكبر شركة تليفزيونية على مستوى أمريكا والعالم، وهذا التجمع يُدار بمجلس إدارة يجلس على قمته اليهودي جيرالد ليفين (Gerard Levin).

وحول سيطرة اليهود على هوليوود فقد قال الممثل الأمريكي العالمي مارلون براندو في يوم ٥ أبريل من عام ١٩٩٦ م في حوار له في برنامج أمريكي شهير (لاري كينج شو) بتصريح له على الهواء مباشرة: «اليهود يحكمون هوليوود، بل إنهم يملكونها فعلاً اليهود يظهرون دائماً مرحين لطفاء محبين كرماء، في الوقت الذي يفضلون فيه أية مجموعة عرقية أخرى». ولقد دفع مارلون براندو ثمن هذه الجراءة، حيث شنت المجموعات اليهودية عليه حرباً شديدة، وانقلبت أمريكا كلها على مارلون براندو، واتهموه بالعنصرية ومعاداة السامية، بل قالوا في تصريح صحفي مباشر أنهم لن يسمحوا له بالعمل في السينما مرة ثانية! وكاد مارلون براندو أن يختفى من السينما العالمية لولا أنه ركع أمام إمبراطور السينما اليهودي ويسينسال (Wiesenthal) الذي قبل منه اعتذاره، على ألا يفعل هذا مرة أخرى.

والجدير بالذكر أن روبرت مردوخ^(١) إمبراطور الإعلام - وهو يهودي - يملك أغلب

(١) روبرت مردوخ Rupert Murdoch: رجل أعمال شهير، ولد عام ١٩٣١ م. في ملبورن بأستراليا، بدأ مردوخ مسيرته في الصحف المحلية والتلفزيونات الاسترالية، ثم ما لبث أن تحول إلى بريطانيا وأمريكا حيث بسط سيطرته على صناعة الأفلام والإعلام الفضائي وحتى شبكات الإنترنت. فعلى سبيل المثال: اشترى الكثير من الصحف ومنها صحيفة «The Sun» البريطانية؛ ثم ما لبث أن قلب سياستها التحريرية رأساً على عقب، واستحدث في الصحيفة ركناً يومياً ثابتاً لصورة فتاة عارية، وركز على أخبار الفصائح؛ فارتفعت مبيعات الصحيفة في وقت قصير ليحقق مردوخ أرباحاً طائلة وسيطر على سوق الإعلام البريطاني. يتبنى مردوخ اتجاهًا موالياً لإسرائيل وداعم لها، وهو كثيرًا ما يصرح بذلك، ويقال أنه يملك حصة في شركة روتانا مع الوليد ابن طلال، واشترى محطة «تي. جي. آر. تي» التلفزيونية التركية الخاصة، ويسعى مردوخ إلى شراء صحيفة «تركيا» ووكالة «إخلاص» للأنباء اللتين يملكهما رجل الأعمال التركي أنور أوران، وذلك من أجل التصدي للشعور المعادي لـ «إسرائيل» والذي تتبناه هذه الوسائل الإعلامية.

يعتبر من أقوى الداعمين للعولمة وكسر الحدود الحضارية والثقافية بهدف التغلغل في المجتمعات وفرض

استوديوهات التصوير في هوليوود، والكثير من محطات التلفزيون والعديد من الجرائد والمجلات.

كذلك فقد كشفت صحيفة هآرتس الإسرائيلية نقلاً عن مصادر إعلامية أمريكية بشبكة CNN الأمريكية أن الشبكة أقالت كبير مذيعها بعد أن كشف بأنهم يسيطرون كلياً على وسائل الإعلام الأمريكية.

فقد قالت أن الشبكة الإخبارية الأمريكية أنهت خدمة مقدم البرامج الشهير، ريك سانشيز، لأنها اعتبرت بأن تصريحاته الأخيرة أثارت جدلاً بشأن اليهود، فقد قررت فصل سانشيز بعد يوم واحد فقط من إدلائه بحديث إذاعي وصف فيه المذيع الكوميدي ذا الأصل اليهودي جون ستيوارت بالمتعصب، كما قال إنه لا يجد يهوداً في الولايات المتحدة يعانون من البطالة.

لقد لعبت الدعاية الصهيونية دوراً كبيراً في انتشار الرواية اليهودية في فرنسا وأمريكا في عقدي السبعينيات والثمانينيات، ففي أمريكا أكبر وسائل الإعلام قوةً وتأثيراً على المجتمع يملكها يهود، وهذا كان سبباً في انتشار الرواية الصهيونية بصفة خاصة والإبداع اليهودي بصفة عامة، حيث أنتجت العديد من الأفلام والمسلسلات الضخمة مثل إنتاج المسلسل التلفزيوني (هولوكوست) وأفلام مثل يوميات آن فرانك، وبن هوزن والوصايا العشر ومئات الأفلام من هذا النوع، حيث تم الترويج لفكرة العبقرية اليهودية وتفوق اليهود الحضاري.

بعض من الممثلين الأمريكيين اليهود:

تصنيفنا لمثلي هوليوود على أساس ديني لا يعنى تمييزاً ضدهم، وإنما كثرة عدد اليهود داخلها والترويج لعبقريتهم أمر يثير الريبة؛ فهم صنعة الإعلام الصهيوني دون سواه، والذي أراد أن يجعلهم مثلاً أعلى للمشاهدين.

=الحضارة الغربية، وهو من عتاة المحافظين الجدد بالولايات المتحدة الأمريكية، اشتهر بدعمه وسائله الإعلامية للحرب على العراق مستغلاً نفوذه الإعلامي لتأليب الرأي العام ضد العراق، وزيادة التأييد للرئيس الأمريكي السابق بوش في خطته تجاه العالم الإسلامي.

فلقد تم الكشف عن الكثير من الممثلين الأمريكيين اليهود الذين تكتظ بهم مدينة هوليوود، وكان من بينهم: دوستين هوفمان، بول نيومان، آلان وودي، كريستال بيري، مارك فرانكل، مايكل ريتشاردز، ريتشارد جير، ساندرا بولوك، بيتر فولك، روبين ويليامز، هاريسون فورد، مارك فرانكل، آري مايرز، بول نيومان، جوليانا مارغوليز، ليوناردو نيموي، ماندي بتينكين، إليزابيث تايلور، آلان ريكرمان، رايزر بول، ستيفين سيغال، ريتشارد بينجامين، جوش سيلفر، ستيفين سيلبيرج، جيري لويس، مايكل ليمبيرك، جون إستيوارد، باربرا سترايسند، جيف جولدبلوم، ميل بروكز، بروس ويلز، سكوت وولف، هنري وينكلر، جوي آدمز، ديفيد دشوفني، إيثايبث شو، كيفين كوستنر، بولا برينتز، روبرت ريدفورد، جون بانر، روبرت دينيرو، ألان إلدا، مارت فيلدمان، شون ولان، ديفيد شتاينبرج، كريستوفر لامبرت، كين أولين، جون كولينز، كريك دوجلاس، مايكل دوجلاس وكان قد قاد حملة تبرعات لبناء عدة مستوطنات في الأراضي المحتلة.

والجدير بالذكر أن الكثير من نجوم هوليوود من اليهود يقومون بتغيير أسمائهم إلى أسماء مسيحية كنوع من أنواع التمويه، فمثلا غير ممثل السينما الأمريكي اليهودي اسمه فأصبح كريك دوجلاس بدلا من إيزادور ديمسكي وهو اسم يهودي واضح، وجوي آدمز بدلا من يوسف إبراهيموفتش، وبوليت جودارت بدلا من بوليت ليفي وغير نجم الكوميديا جيري لويس اسمه اليهودي والذي كان يوسف ليفيتش، ولاري كينج بدلا من لاري تزيجر.

بعض المؤسسات الإعلامية التي يملكها أو احترقها اليهود:

١- Fox TV يملكها اليهودي باري ديلر .

٢- Th Century Fox 20 ويرأسها اليهودي بيتر شيرنين .

٣- Paramount Comm ويرأسها مارتن دافيز وهو يهودي.

٤- وشبكة تلفزيون «C.B.S» ورئيسها اليهودي ومالكها ويليام بيلي.

- ٥- وشبكة تلفزيون «N.B.C» يسيطر عليها اليهود من خلال رئيسها اليهودي «ألفرد سلفرمان».
- ٦- Cbs tv ويرأسها اليهودي لاري تيش والذي قام بشراء أغلب أسهم هذه المحطة، وبعدها أصبح كل العاملين بهذه المحطة من اليهود.
- ٧- NBC ويملكها ليونارد جروسمان، إرفين سيجلشتين، براندين تاتريكوف وهم جميعا من اليهود.
- ٨- Disney ويرأسها مايكل آيسنر، مايكل أوتفيز وكارتي شامب وجميعهم من اليهود.
- ٩- Sony Corp شركة سوني للإنتاج الفني في أمريكا يرأسها جون بيترز، وبيتر جرير وهم من اليهود.
- ١٠- Capitol Records و يرأسها جاري هيريش.
- ١١- شركة مترو يمتلكها اليهودي لويس ماير.
- ١٢- شركة إخوان.
١٣. وارنر يمتلكها اليهودي هارني وارنر وإخوانه.
- ١٤- Columbia Pictures إشتراها جون بيترز، بيتز جرير والذين يسيطرون على شركة سوني، ويرأسها بيتز كاوفمان وهو يهودي.
- ١٥- Tri-Star حدث لها ما حدث لشركة كولومبيا، حيث قام هذان اليهوديان بشرائها لتكوين إمبراطورية إعلامية كبيرة في هوليوود.
- ١٦- شركة برامونت يمتلكها اليهودي هودكنسون.
- ١٧- شبكة «A.B.C» ورئيسها اليهودي «ليونارد جونسون».
- ١٨- MGM Metro-Goldwyn-Mayer وتملكها أسرة ماير اليهودية، ويرأسها كيرك كوركوريان، فرانك مانشو، ألان لاد وهم من اليهود.

١٩- MCA وملكها ويرأسها لو ويسرمان وهو يهودي.

٢٠- شركة فوكس يملكها اليهودي ويليام فوكس.

٢١- Universal Pictures وملكها ويتحكم فيها اليهود بنسبة ١٠٠ ٪، ويرأسها سيدني شايينبرج وتوماس بولوك وهم من اليهود.

٢٢- WARNER BROSS وملكها أسرة وارنر اليهودية، ويرأسها اليهوديان جيرالد ليفين، ستيفين روس.

٢٣- MTV ويرأسها زومر ريد ستون وهو يهودي.

٢٤- EMI Records ويرأسها اليهودي شارلز كوبلمان.

٢٥- شركة جولدين يملكها اليهودي صاموئيل جولدين.

نماذج من الأعمال المسيئة للإسلام والتي يقف وراءها الإعلام الصهيوني:

وقصد من هذا الإعلام تشويه صورة الإسلام، وذلك ليترسخ في الوعي العالمي أن المسلمين هم مجرد مجموعة من الهمج والإرهابيين.

والجدير بالذكر أن النقاد الأمريكيون قد أعلنوا من قبل أن هوليوود قد أنتجت ما يزيد عن ١٥٠ فيلم يسخر من الإسلام والعرب والمسلمين منذ ١٩٨٦، وهامي بعض الأمثلة لبعض الأفلام التي تناولت العرب والمسلمين بصورة سلبية جداً:

(١) فيلم قرار إداري (Executive Decision): بطولة ستيفن سيغال وفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون) بحطف طائرة ركاب وتهديد من عليها بالقتل، ويظهر هؤلاء الإرهابيون وهم ملتحمون ويتكلمون العربية فيما بينهم.

(٢) فيلم أكاذيب حقيقية (True Lies): بطولة أرنولد شوارزنجر وفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون) بإطلاق صاروخ نووي على فلوريدا.

(٣) فيلم الحصار (The Siege): وفيه يظهر المسلمون كوحوش لا تحركهم إلا الرغبة في القتل والتدمير بإسم الإسلام.

(٤) فيلم طائرة السيد الرئيس (Air Force One): يقوم المسلمون من جمهورية مسلمة واقعة في الاتحاد السوفيتي السابق باختطاف طائرة الرئيس الأمريكي.

(٥) فيلم محاكمة إرهابي (Terrorist on Trial).

(٦) فيلم رحلة الرعب (Voyage of Terror).

(٧) ويعتبر فيلم (الهدية) من أقذر الأفلام إساءة للمسلمين العرب، وهو من إنتاج اليهودي البريطاني «روبرت غولد سميث». ويروي الفيلم قصة عدد من أمراء العرب الذين يصطحبون عشرات من «حريمهم» المحجبات إلى باريس، حيث ينطلق الأمراء في بعثة ملايينهم لاصطياد العاهرات... ومنهن بطلة الفيلم اليهودية، وفي نفس الوقت يخلقون أبواب غرف الجناح الضخم في الفندق على نساءهم «الحريم»، ولا يسمحون لهم بالخروج من غرفهن.

وحين يُخطئ خادم عجور في قرع باب جناح «الحريم»، يغلق الباب، ويهجم على الخادم العجوز، ويجبره على تعاطي الفاحشة معهن جميعًا..!! ويجري كل ذلك وسط قهقهة المشاهدين الذين ينجح بينهم الخبث الصهيوني عبر هذا الفيلم وأمثاله، في تشويه صورة المسلم العربي.

(٨) وفيلم «أمريكا .. أمريكا» الذي يُظهر العرب بمظهر المجرمين الذين يقتلون المصلين داخل الكنائس ثم يذهبون لاحتساء الخمر في الحانات!!

ومن الأعمال التلفزيونية: مسلسل (تعلم اللغة الانجليزية) الذي عرضه التلفزيون البريطاني، وتدور حلقاته حول خليط من الناس ينتمون إلى شعوب مختلفة، ويجمعهم صف دراسي في إحدى مدارس تعليم اللغة الانجليزية للأجانب، وقد حرص مخرج المسلسل اليهودي، على أن يحشر في الفيلم طالبًا باكستانيًا مسلمًا، وآخر هنديًا من طائفة السيخ، ولا يترك هذا الهندي الخبيث مناسبة إلا ويوجه إهاناته للباكستاني المسلم بصورة يقصد بها الإساءة للإسلام.

ففي إحدى حلقات المسلسل، يطلب الأستاذ الانجليزي من الهندي اختيار كلمة مرادفة لكلمة «غبي» (فيسارح الهندي ليعطيه كلمة) «مسلم».

وفيما يتعلق بالمسرح: فقد تبلور دورهم بداية في محاولة منع عرض مسرحية شكسبير الشهيرة (تاجر البندقية) والتي تستقطب اهتمام الجماهير البريطانية، وتؤثر تأثيراً سلبياً، ويعنف، في نظرة البريطانيين إلى اليهود إذ تعطى صورة حقيقية عن دور اليهود الربوي في أوروبا القديمة.

ولقد نجح اليهود في تحقيق هدفهم، حتى لم تعد مسرحية «تاجر البندقية» تجد مسرحاً واحداً في طول بريطانيا وعرضها، يقبل أن تُعرض المسرحية على خشبته.

ولم يكتف اليهود باحتواء صناعة المسارح البريطانية، ومنع أية مسرحية معادية للصهيونية من أن ترى النور. بل - أيضاً - سَخَّروا المسرح البريطاني لبث الدعاية السافرة للصهيونية من جهة، ولِبث الدعاية المضادة للعرب المسلمين من جهة أخرى.

ففي مسرحية (القشعريرة)، التي تم تقديمها في عام ١٩٨١، فوق خشبة أشهر مسارح «الوستاند» شارع المسارح الشهير في لندن، والتي تدور أحداثها حول تاجر عربي ثري اسمه في المسرحية (محمد العربي)، يُبذر أمواله الطائلة في شراء أفخر الخمور، وأغلى الهدايا لفتاة انجليزية: بعية التمتع بحسدها، وإشباع شهوته الحيوانية، إلى أن أنفق كل أمواله دون أن يظفر من الانجليزية اللعوب بشيء، ثم لا يلبث أن يجد نفسه على قارعة الطريق، وقد أصبح مفلساً.

بل حولوا المسرح ذاته لأداة لنشر الإباحية والدعارة ومسرحية (هير) تشهد بذلك، وهي مسرحية إباحية، عُرضت على خشبات مسارح لندن، يظهر فيها الممثلون والممثلات عراة، ويمارسون الفاحشة فوق خشبة المسرح، ولم يلبثوا أن انطلقوا بهذه المسرحية إلى عواصم البلاد الأخرى كباريس ونيويورك، وهامبورج، وستوكهولم.

وفي الولايات المتحدة يُجبر طلاب المدارس التي تسيطر عليها الصهيونية، على دراسة كتاب اسمه «كيف غما الشعب اليهودي»، الذي يدعى بأن لليهود حق تاريخي وعقائدي في فلسطين^(١).

(١) دكتور فؤاد بن سيد الرفاعي، النموذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية.

وفي مقابل تشويه الآخر.. والذي يكون العربي أو المسلم في أغلب الأحيان.. يتم تصوير اليهود بأنهم هم قاندي العالم ومنقذيه ولا يكاد يخلو أي فيلم أمريكي من شخصية أو أكثر من اليهود، والذين غالبا ما يكون لهم دور محوري في الفيلم يحاربون الشر لنصرة الحق والعدل، أو ذلك العبقري الفذ في مجاله الذي لا يستطيع أحد منازلته.. ومن بين هذه الأفلام:

(١) فيلم يوم الاستقلال (Independence Day): والذي يقود فيه يهودي العالم للاستقلال من غزو الكائنات الفضائية.

(٢) فيلم أمير مصر Prince of Egypt: وهو فيلم كارتون أخرجه المخرج الصهيوني ستيفن سيلبرج والذي قالت والدته بعد مشاهدتها للفيلم «إنني الآن قد أنجبت نبيا يهوديا يمسك التوراة بيميناه والكاميرا بيده اليسرى».

(٣) فيلم المومياء The Mummy: ويظهر الفراعنة وهم يتكلمون العبرية.

وأغلب المواقع الإباحية في الإنترنت يملكها يهود، أما في مجال السينما فحدث ولا حرج عن آلاف من أفلام الإباحية التي أنتجتها هوليوود، وإنتاج الكثير من الأفلام التي تمس العقائد الدينية وتسخر منها فيلم «الإغواء الأخير للسيد المسيح» The Last Temptation of Christ والذي عرض في أمريكا عام ١٩٨٨ ويظهر فيه سيدنا عيسى عليه السلام بصورة مشوهة ومادية أثارت استياء الكثيرين من المسيحيين والمسلمين ومنع عرضه في عدة بلاد أوروبية وفي ٢٢ أكتوبر ١٩٨٨ قامت إحدى الجماعات المسيحية المتشددة بإلقاء المولوتوف داخل إحدى قاعات السينما أثناء عرض الفيلم، مما أدى إلى إصابة ثلاث عشر شخصا بسبب الفيلم.^(١)

(١) راجع: دكتور راغب السرجاني: الإعلام اليهودي وقيادة أمريكا.

ديفيد ديوك: الصهوة.. النفوذ اليهودي في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجمة د. إبراهيم الشهابي، دار الفكر - دمشق، الطبعة الأولى ٢٠٠٢م.

And see: J.J.Goldeberg , JEWISH POWER inside the American Jewish Establishment.

الإعلام الصهيوني وقانون إماتة الاحتمالات الحية وإحياء الاحتمالات الميتة:

ثمة مقولة فلسفية ذائعة الصيت تقول: «اليهود لا يصنعون الأحداث بل يستغلونها عند وقوعها» هكذا هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الصهيونية؛ إذ تحول استغلال الحدث إما بتضخيمه إذا كان ذلك يصب في مصلحتها أو بالتركيز على حدث أو موضوع آخر لتشتيت الرأي العام العالمي، ويقوم هذا القانون على إثارة الجماهير إعلامياً ضد أمر موهوم لا وجود له، أو تضخيم أحد الأخطار المتوقعة قليلة الأثر، وفي المقابل يتم إماتة الخطر الأول والأعظم بعدم الإشارة إليه بالمرّة، أو التقليل من خطره. وقد عانى الناس ولا زالوا من هذا القانون القاتل، إذ به يتوجه الناس لقتال السراب أو العدو الأقل خطراً، ويتركون عدوهم الأكبر يعيش في الأرض الفساد.

كما أن هذه الوسائل الإعلامية تؤثر بشكل مباشر على الانتخابات الرئاسية وغيرها من الانتخابات، ولقد دفع الرئيس الأمريكي السابق نيكسون كرسيه ثمناً لهجمة صحفية شرسة من جريدة الواشنطن بوست اليهودية الأمريكية. لذلك فلا غرابة أن نجد المرشحين للرئاسة الأمريكية يذهبون إلى إسرائيل ضمن حملتهم الانتخابية.

ونحن نعلم ما تعرض له المفكر الفرنسي روجيه جارودي من حملة تشويه شرسة من الإعلام الصهيوني فقط لأنه شكك في أرقام ضحايا المحرقة اليهودية وقال إن رقم ٦ مليون يهودي هو رقم مبالغ فيه، فلم يسمح له أن ينشر مقالة في صحيفة ليموند يتناول هذا الموضوع. ولم تجرؤ أي صحيفة فرنسية على نشر المقالة فاضطر أن ينشرها في باب الإعلانات وكلفه ذلك سبعين ألف فرنك فرنسي. وعلى الرغم من ذلك قامت قيامة اللوي اليهودي في فرنسا مما أدى بالتالي إلى شن حملة يهودية عالمية على جارودي.

وفيما يتعلق بالكيان الصهيوني على أرض فلسطين ففي عام ١٨٩٧م كان المؤتمر الصهيوني الأول الذي انعقد برئاسة «تيودور هرتزل»^(١) في مدينة (بازل) بسويسرا والذي أكد فيه

(١) تيودور هرتزل: صحفي يهودي نمساوي ولد عام ١٨٦٠ في بودابست، وعندما كان يعمل مراسلاً لإحدى الصحف النمساوية، حضر محاكمة الضابط اليهودي الفرنسي ديرايفيوس Dreyfus والذي اتهم بالخيانة.

المجتمعون أن مخططهم لإقامة دولة إسرائيل لن يكتسب له النجاح إذا لم يتم لهم السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، خاصة الصحافة

لذا ركز الإعلام الصهيوني على مقولات كثيرة كان أهمها أن فلسطين «أرض بلا شعب واليهود شعب بلا أرض». حتى أن جولدا مائير رئيسة وزراء العدو الصهيوني في منتصف السبعينات كانت تردّد أنه لا وجود لشعب فلسطيني على الإطلاق.

فالشعب العربي هو أقوام من البرابرة يجب إلقاء القنابل عليهم لإبادتهم. واصفا إياهم بسوء الأخلاق والقدارة وانحطاط القيم والمثل، وهي أمور استطاع الإعلام الصهيوني ترسيخها في الوعي العالمي وهو ما جعل الشعب الفلسطيني يخسر قضيته؛ مما دفع الدكتور على السمان لأن يقول: «القضية الفلسطينية أعدل قضية في يد أفضل محمى».

وبعد أن أحكم الصهاينة الاستيلاء على فلسطين وأعلنوا دولتهم تطوّر الإعلام الصهيوني بوسائله وأساسيه؛ ففي الصحف الخاصة بالأطفال وكذلك القصص والكتب الموجهة للأجيال الناشئة ركز الكتاب الصهاينة ومن خلال حس عنصري على زرع الحقد على العرب وتصوير الفلسطينيين بأبشع الصور.

وفي السنوات الأخيرة بدأت تخرج العديد من الدراسات من داخل إسرائيل حول مناهج التعليم في المرحلة الأساسية وما تملئ به من مقولات عنصرية تجاه الآخر العربي.

=وبيع المعلومات العسكرية إلى ألمانيا، إلا أنه بعد ذلك ظهرت براءته، فاستغل هرتزل هذه القضية في الترويج لأفكاره بأن اليهود مضطهدون، وأن هناك عداًء للسامية، ثم تطور فكره إلى أن طالب بإنشاء دولة لليهود داعياً إلى ضرورة التحرر اليهودي من الجيتو The Ghetto على اعتبار أنه يكرس مأساة اليهود، وقد أسفرت جهوده عن إقامة المؤتمر الصهيوني الأول في بازل بسويسرا عام ١٨٩٧ م، وكان بداية الطريق لإقامة دولة إسرائيل، ومن أهم كتبه كتاب «الدولة اليهودية» والذي ضمنه أفكاره والتي اعتبر فيها أن اليهود هم مجرد ضيوف على الأمم التي يعيشون فيها ولا ينتمون إليها، وأن الحل الوحيد لمشكلاتهم هو، إقامة وطن قومي لهم رافضاً بذلك كل المحاولات لدمج اليهود في تلك الأمم، وقد توفي هرتزل عام ١٩٠٤م.

ننظر في هذا الشأن:

Arthur Hertzberg , the Zionist idea , A temple Book , Atheneum , New York , p.p. 201-203

Don peretz, the middle east today, New york ,1988 , p.p. 273-274

ففي دراسة حول كتب التاريخ المدرسية، أظهرت الدراسة أن العربي طبقا لتلك الكتب يتسم بالظلم والعدوان، وأن اليهود ضحية، وأن معظم هذه الكتب تركز كثيرا على انتصار الأقلية الإسرائيلية على الأكثرية العربية، أما تشريد الفلسطينيين من أرضهم فلا أثر له في هذه الكتب . وتضيف الدراسة: «إن إسرائيل عملت على صناعة تربية هدفها الفصل بين تاريخ ممنوع وتاريخ مسموح، وذلك في سياق بناء الشخصية الإسرائيلية، وبشكل غدت معه الكتب المدرسية عارية من الحقائق العلمية ومستغرقة بالميثولوجيا، فساعدت في إيجاد صورة للماضي وتدوينها والتعامل معها كحقيقة تلبي احتياجات الحاضر»^(١).

وفي دراسة أخرى حول محتويات ١٧٠٠ كتابًا من كتب الأطفال الإسرائيليين، تبين أن ٥٢٠ كتابًا منها تضمنت إذلال الفلسطينيين ووصفهم بأوصاف سلبية فهم: «شريرون» و«كذابون» و«جشعون» و«متقلبون» و«خونة»^(٢).

هذا بالإضافة إلى محتويات القصص المقررة على هؤلاء التلاميذ، ومن هذه القصص قصة بعنوان «خريف أخضر» وهي تتحدث عن قصة أسير عربي يقح في أيدي الجنود اليهود، والذي تبدو شخصيته من خلال القصة كشخصية هزلية جبانة يُقضى بأسرار بلده من الخوف والجبن، دون أن يطلبها منه أحد، ويصر في تذلل على تقبيل أيدي الجنود اليهود، ولكنهم يرفضون ذلك، وفي النهاية يستخدم الجنود اليهود هذا الأسير مع كلاب الألغام وينفجر به لغم ويموت^(٣).

وقصة أخرى بعنوان «غبار الطرف» جاء فيها على لسان يهودي ينصح يهودي آخر قائلاً له: «العرب مثل الكلاب، إذا رأوا أنك مرتبك، لا تقم برد فعل على تحرشاتهم حتى لا يهجمون عليك، وأما إذا قمت بضربهم فلأنهم سيهربون كالكلاب!»^(٤).

(١) رجب (مصطفى)، التعليم المتعالي، دراسة جديدة حول التعليم الصهيوني وأيديولوجية العنف، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م، ص ٧٥.

(٢) إسماعيل وآخرون، أولست إنساناً؟ عنصرية إسرائيل، فلسطينيو ٤٨ نموذجاً، ص ٦٦.

(٣) المرجع السابق، ص ٦٤.

(٤) المرجع السابق، ص ٦٤-٦٥.

وفي قصة ثالثة بعنوان «أفرات»، جاء فيها: «لقد ألقى العرب أعمالاً وحشية ضد اليهود بحيث بدا العربي كأنه لا يعرف معنى الرحمة أو الشفقة، فالقتل والإجرام غريزة وهواية عنده، حتى صار لون الدم من أشهى ما يشتهي، لقد باغت العرب اليهود واعتدوا عليهم كالحيوانات المفترسة، وراحوا يسلبون ممتلكاتهم، حتى المدارس والمعابد لم تسلم من بطشهم... نساء وفتيات اليهود تعرضن للاغتصاب من قبل العرب لأجل إشباع نزواتهم»^(١).

والتساؤل الآن هل تركت كل هذه المقولات العنصرية أثراً يذكر في نفوس التلاميذ؟ الإجابة بدون شك - نعم تركت أثراً - مثلها مثل تأثير أي منهج تعليمي على أي تلميذ ودوره في تشكيل وجدانه، ولكن إلى أي حد كان هذا الأثر؟ ذلك ما سنستوضحه في التالي:

ففي عام ٢٠٠٢م نشرت صحيفة ידיعوت أحرونوت مقتطفات من رسائل أرسلها تلاميذ المدارس الإسرائيليين للجنود الذين يخدمون في رام الله، وقد جاء فيها: «أصلي لك كي ترجع إلى بيتك سالمًا، وأن تقتل على الأقل عشرة من أجلى»، «خالف الأوامر وأبدهم، وتذكر أن العربي الجيد هو العربي المليء»، «عزيزي الجندي رجاء اقتل الكثير من العرب»، «دع الفلسطينيين - سود الله اسمهم - يحترقون بالنار، اصنع فيهم ثقباً ببندقيتك واقدفهم بالقنابل»^(٢).

وفي استطلاع أجرى داخل إسرائيل على مجموعة من التلاميذ من الفئة العمرية (١٥-١٨) حول موقفهم من العرب جاءت النتيجة كالتالي: ٩٢% منهم يرون أن لليهود الحق الكامل في فلسطين، ٥٦% منهم يرفضون المساواة بالعرب كلياً، ٤٠% منهم أيّدوا أي حركة سريّة تنتقم من العرب، ٦٠% منهم وافقوا على طرد كل عربي من فلسطين^(٣).

وفي استطلاع آخر لمجموعة من تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي حول سلوكهم تجاه العرب، أظهرت النتائج أن: ٧٥% منهم وصفوا العربي بأنه: «قاتل ومجرم ومخرب، ويقتل الأطفال»، ٨٠% منهم قالوا إنهم يرون العربي كشخص «قذر بوجه مرعب»^(٤).

(١) رجب (مصطفى)، التعليم المتعالي، مرجع سابق، ص ٧٦.

(٢) عباس إسماعيل وآخرون، مرجع سابق، ص ٦٤.

(٣) المرجع السابق، ص ٦٥.

(٤) المرجع السابق، ص ٦٦.

إذًا فالعملية التعليمية في إسرائيل من هذا المنطلق تؤسس لصورة غمطية تشكل وجدان الطفل اليهودي حول العرب، وهو ما يكرّس ويعمّق الشعور بالكراهية والعنصرية تجاههم، وذلك بتجريدهم - أي العرب - من طبيعتهم الإنسانية.

وبصفة عامة فإن التعليم في إسرائيل يجمعه ثلاثة عناصر تعليمية هي: الدين اليهودي، والقومية اليهودية، والثقافة العامة لدولة إسرائيل؛ فالسمة الفريدة لهذا النوع من التعليم هي قدرته على المزج بين هذه العناصر الثلاثة⁽¹⁾.

غير أنه وفي نظرتّه للأمر يحاول التّأصيل لفكرة الاستعلاء اليهودي القائمة على أساس عرقي في مقابل الآخر الذي هو أقل مكانة وشأنًا، وكذلك فكرة أن «أرض إسرائيل» هي حق إلهي لـ «شعب إسرائيل» وهو لديهم حق غير قابل للنقاش أو التفاوض عليه.

ومن خلال التجربة الإعلامية الصهيونية يتبين أن الكيان الصهيوني يستخدم علماء في علم النفس ومتخصصين بالإشاعة والإشاعة المضادة وبث الأخبار ذات التأثير النفسي السلبي.

ويتضح أيضًا أن الإعلام الصهيوني يتجه اتجاهين: اتجاهاً نحو الخارج أي باتجاه العرب، واتجاهاً داخلياً نحو التّحميم الصهيوني. فلكل اتجاه خطابه المختلف وأدواته المختلفة. فالإشاعة المغرضة الموجهة للعرب لا تستخدم إلا للعرب. بينما الخطاب الموجه لليهود يختلف من حيث الغاية واللغة وأسلوب التوجيه الإعلامي.

ويستخدم الإعلام الصهيوني أسلوب الإشاعة والإشاعة المضادة. ففي الإعلام الصهيوني شعبة خاصة لتوجيه الإشاعات. بحيث تثير لدى العرب البلبلة والتخبط واليأس والقنوط ويتم تسريب الإشاعة أحياناً في نشرة إخبارية واحدة ولا تكرر بحيث يصبح للسامع فضول في معرفة صحتها والبحث عنها وذلك ما يشغله عن القضايا الأساسية في الصراع. وكمثال على ذلك ما تذيّعه الإذاعة الإسرائيلية عن أن قوات الأمن توصلت إلى الخلية العسكرية التابعة لحركة جهادية ما واعتراف أعضائها بالتنظيم والعمل إلى آخر

(1) Zvi Adar, Jewish Education, op. cit., P.93.

ما هنالك، بينما تكون الإشاعة مجرد خبر يُراد من ورائه التخبُّط في الجانب الآخر والحيرة والإحجام والشك والخوف والشلل^(١).

ويجب أن يستقر في وعينا كيف وأن الإعلام الصهيوني ومنذ القدم متمثلًا في هرتزل - والذي كان صحفيًا - استطاع استغلال قضية الضابط ديرافوس للترويج لفكرة إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين، وهي من البدايات الأولى لهذا الإعلام.

وبالطبع فلا أحد منا قد سى مشهد اغتيال الطفل محمد الدرة في بداية الانتفاضة، فالأمر الباعث على الاستغراب في هذا الحدث أن بثت وسائل الدعاية الصهيونية خبرًا مفاده أن الطفل قتل بأيدي فلسطينية ومن ثم قامت بتقديمه عبر الإنترنت باعتباره طفلًا يهوديًا وقد قتله الفلسطينيون^(٢).

وقد عمد الإعلام الصهيوني عبر أعوام الانتفاضة على تصنيع المصطلحات والمفاهيم وترويجها لدى الإعلام الغربي وأحيانًا لدى الإعلام العربي ذاته الذي راح قسم منه يكرر المصطلحات الصهيونية ومنها مثلًا «توغل إسرائيلي»، «تخلي إسرائيل» عن «أراض للفلسطينيين»، المندنيون الإسرائيليون واعتمدت الدعاية الصهيونية في هجومها على المقولة التقليدية وهي «إن إسرائيل» تخوض حربًا دفاعية لا خيار «للإسرائيليين» فيها، فهي مفروضة عليهم فرضًا من قوى خارجية شريرة وأن الجيش «الإسرائيلي» لا يستخدم السلاح إلا في إطار أخلاقي محض».

(١) حسن الباش. إستراتيجية الإعلام اليهودي .

(٢) نظرًا للدور الكبير الذي قامت به بعض القنوات العربية مثل قناة الجزيرة القطرية خلال الحرب على غزة بفضحتها للبعثة الصهيونية وبثها للصور التي حركت الرأي العام الدولي وجعلته يحرج كشعوب إلى الشارع للتعبير عن تقززه من الجرائم الإسرائيلية: (مليون شخص خرجوا في إسبانيا ونصف مليون شخص خرجوا في فرنسا، وأكثر من ٢٠٠ ألف شخص خرجوا في إيطاليا وبريطانيا والسويد وأمريكا) فصورة طفلة في الثامنة من العمر مدفون نصفها في الأرض، لا يظهر سوى رأسها لم تهز الرأي العام العربي بقدر ما هزت الرأي العام الغربي، تلك الطفلة ساهمت في خروج الآلاف من الأسبان ومن الفرنسيين حيث قال أحد المواطنين الأسبان ردا على سؤال صحفي من التلفزيون الإسباني إنه عاد لتوه من العمل، وحين رأى في التلفزيون صورة تلك الطفلة الصغيرة شعر بالثورة تعثره، وبمجرد أن عرف أن مظاهرة بدأت غرب مدريد ركب سيارته والتحق بهم، مضيقًا: هذا العار يجب أن يوجد من يوقعه.

وتؤكد الدعاية الصهيونية على أن «إسرائيل» واحة للديمقراطية الغربية في وسط عالم عربي متقلب.

وتدخل الدعاية الصهيونية الإسرائيلية الموجهة للعرب في إطار الحرب النفسية، والتي تهدف إلى تحطيم معنويات العرب، بل تحطيم الشخصية القومية العربية، وغرس مفاهيم مثل جيش الدفاع الإسرائيلي الذي لا يقهر.

أيضا فقد ركزت الدعاية الصهيونية على قضية العداء الأزلي لليهود وعلى الإبادة النازية لليهود والستة ملايين يهودي، وهي تهدف من هذا إلى إبتزاز العالم الغربي وتبرير عملية اقتلاع الفلسطينيين من بلادهم كما أن هذه القضية تقوي التضامن اليهودي في الوقت نفسه^(١).

كذلك يعمل الإعلام الصهيوني على حشد الرأي العام في الغرب، وزرع القناعة في الوعي الغربي بأهمية وجود «إسرائيل» للدفاع عن الحضارة والمصالح الغربية، وتشويه صورة العرب وقلب الحقائق وتزييفها، حيث يتحول قاتل مجرم مثل شارون إلى رجل سلام.

لقد جاء في البند الثالث من مقررات مؤتمر مدينة بال في سويسرا عام ١٨٩٧ (المؤتمر الصهيوني الأول): «ضرورة العمل على نشر الروح والوعي بين يهود العالم وتعزيزهما لديهم من أجل دفعهم للهجرة إلى فلسطين».

ويقول (حايم وايزمان) أول رئيس للكيان الصهيوني: «إن القضية الصهيونية هي قتال الحضارة ضد الصحراء وكفاح التقدم والفاعلية والصحة والتعليم ضد الجمود الفكري»، كذلك يقول أيضا الأكاديمي (جورج رودر): «إن بقاء «إسرائيل» كقوة غربية رادعة يعتبر مسألة بالغة الأهمية للدفاع عن أوروبا وعلى المدى الطويل عن أمن الولايات المتحدة الأمريكية، إذ أن «إسرائيل» مستعدة وراغبة في مشاركتنا أهدافنا الدفاعية، والغرب مطالب بالدفاع عنها في وجه التهديدات التي تأتيها من الدول العربية التي تستهدفها وتحاول القضاء عليها إذا ما سنحت لها الفرصة للقيام بذلك».

ويقول البروفيسور (بنيامين عزاز): «إن الإيحاء للعالم باستمرار العداء من قبل العرب

(١) أحمد أبو زيد: النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية.

لإسرائيل يخدم جملة من التصورات والمفاهيم التي تقوم على أن الدول العربية تريد إبادة «إسرائيل» وإزالتها من الوجود، وهو شيء علينا أن نعمل على إقناع شعبنا والرأي العام به بكل الوسائل التي بين أيدينا، لأن ذلك يعد من مصالحنا العليا»^(١).

ولقد أدرك الصهاينة أن الإعلام يحتاج إلى رأس المال لذا عمدوا إلى جمع الكثير منه، يقول أحد الحاخامات الصهاينة: «إذا كان الذهب هو القوة الأولى في العالم، فإن الصحافة هي القوة الثانية. ولكنها لا تعمل من غير الأولى وعلينا بواسطة الذهب أن نستولي على الصحافة، وحينما نستولي عليها نسعى جاهدين لتحطيم الحياة العائلية والأخلاقية والدين والفضائل الموجودة لدى البشرية عامة»^(٢).

وإذا عدنا إلى الماضي قليلاً لتبين لنا قدم الإعلام الصهيوني فنبليون بونابرت كان أول من حاول استخدام وسائل الدعاية لإيقاظ الوعي الأسطوري عند اليهود في حق العودة إلى أرض الأجداد - حسب زعمه - من خلال ورقته اليهودية التي تحت يهود الشتات على العودة إلى فلسطين عندما وصل بجيشه إلى أسوار عكا بعد استيلائه على القاهرة، وكان نابليون يهدف من خلال دعوته هذه إلى تخفيف عبء الهجرة اليهودية المتدفقة على أوروبا من شرقها، بعد أن وضع خطة للسيطرة على ممتلكات الدولة العثمانية وأيضاً إنشاء دولة يهودية بزعمه فرنسا؛ لتكون نقطة بداية لتنفيذ المخطط الاستعماري^(٣).

وعندما عاد نابليون إلى فرنسا وأصبح إمبراطوراً دعا إلى عقد مجمع يهودي في عام ١٨٠٧م؛ بهدف حث اليهود على العودة إلى فلسطين وإلى تعليم التقاليد العسكرية والتدريب على القتال لكي يتمكنوا من أداء واجبهم المقدس الذي يحتاج إليه دينهم - على حد زعمه -

(١) حسين قنلاوي: الإعلام في الإستراتيجية الصهيونية، صحيفة البعث السورية ٢٠٠٣/٣/٨.

(٢) راجع: دكتور خالد ممدوح العزي: الدعاية الموجهة في الإعلام الصهيوني.

دكتور حامد ربيع، فلسفة الدعاية الإسرائيلية، منظمة التحرير الفلسطينية، بيروت، ١٩٧٠ الطبعة الأولى.

(٣) فمن هذا المنطلق يرى العلامة جمال حمدان أن الوظيفة التي من أجلها أوجد الاستعمار هذا الكيان الصهيوني هي «أن تصبح قاعدة متكاملة آمنة عسكرياً ورأس جسر ثابت استراتيجياً ووكيل عام اقتصادياً وعميل خاص احتكاريًا وهي في كل ذلك تمثل فاصلاً أرضياً يمزق اتصال المنطقة العربية ويخرب تجانسها ويمنع وحدتها، وهو إسفنجية غير قابلة للتشبع تمتص كل طاقاتها ونزيفاً مزمناً في مواردها».

وفي عام ١٨٦٠م أصدرت فرنسا نشرةً تحت عنوان المسألة الشرقية الجديدة أظهرت فيها المكاسب التي ستعود على أوروبا إذا استقر اليهود في فلسطين.

وفي عقد التسعينيات من القرن المنصرم كثفت الدعاية الصهيونية من حملتها ضد الإسلام واعتبار الإسلام من أخطر أعدائها بعد انهيار الاتحاد السوفيتي، وكانت قد ظهرت كتاباتٌ تهيديةٌ لتنصيب الإسلام في مكان العدو الأول للمسيحية والليبرالية الغربية بصورة غير مباشرة قبل ظهور نظرية صراع الحضارات وصوغها بشكل مباشر في كتاب صمويل هنتجتون؛ إذ كتب فرانسيس فوكوياما في كتابه (نهاية التاريخ وخاتم البشر) يقول: في نهاية التاريخ ليس ثمة متنافسون أيديولوجيون للديمقراطية الليبرالية، أما الآن فيبدو أن ثمة اتفاقاً عاماً - إلا في العالم الإسلامي - على قبول الديمقراطية والليبرالية بأنها أكثر صور الحكم عقلانية^{١١}.

لقد نجح الإعلام الصهيوني في أوساط الغرب، وإلى حد كبير في تشويه الحقائق التاريخية والوقائع السياسية، بل إنه استطاع إخفاء مشاهد المذابح التي ارتكبتها العصابات الصهيونية في كفر قاسم ودير ياسين وقانا ونحالين وغيرها.

ولقد رأى العديد من الكتاب السياسيين الأمريكيين إلى التصريح بأن الدعم الأمريكي اللامحدود لإسرائيل كان السبب الرئيسي لتفجيرات أوروبا وأمريكا، فنجد كاتباً مثل ديفيد ديوك يقول: «اسمحوا لي أن أقول لكم وبكل صراحة: إن السبب الرئيسي الكامن وراء تنفيذ هذه العمليات الإرهابية ضدنا (أحداث ١١ سبتمبر) هو دعمنا المباشر للممارسات الإجرامية الإسرائيلية».

ويرى العديد من الباحثين أن الكيان الصهيوني كان سبباً في إثارة عدة حروب ضد الولايات المتحدة الأمريكية؛ ففي عام ١٩٦٧م هاجمت الطائرات الإسرائيلية عمداً السفينة الحربية الأمريكية ليبرتي وهي راسية قرب الساحل الشمالي لشبه جزيرة سيناء وقد أدى الهجوم إلى مقتل ٣١ بحاراً أمريكياً وإصابة ١٧٠ آخرين بجروح.. كان الإسرائيليون بصدد إغراق السفينة الحربية الأمريكية وقتل طاقمها، ثم تم تحميل المصريين مسؤولية

(١) دكتور محمد علي حوات: الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية مكتبة مدبولي الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م.

ذلك الحادث، من أجل كسب دعم أمريكي أكبر.. وقد أعلن قائد القوة البحرية الأمريكية الأدميرال (مورر) أن الهجوم الإسرائيلي على السفينة الحربية ليبرتي كان عن عمد، إلا أن اللوبي الصهيوني القوي في أمريكا حال دون أن يتخذ الكونجرس الأمريكي قراراً رسمياً يدعو إلى التحقيق في الحادث، وقد قامت وسائل الإعلام الصهيونية العالمية آنذاك بحذف كل الأخبار المتعلقة بهذا الحادث^(١).

كاتب فرنسي يحلل الإعلام الصهيوني:

وهو الكاتب الفرنسي «دونيس سيفير» وذلك من خلال كتابه «الحرب الإعلامية الإسرائيلية الجديدة»^(٢) الصادر عن منشورات «لاديكوفرت» الفرنسية.

ويقول فيه: «على الرغم من الإمكانيات الهائلة المتاحة لوسائل الإعلام الإسرائيلية، ومساحات المناورة الشاسعة الممنوحة لها، نظرياً على الأقل، إلا أنها تراجعت في أدائها المهني لمهامها لتصل إلى درجة الصحافة المجنونة أحادية الجانب. فضلاً عن عدم اكتفائها بتزويد متلقي هذه الوسائل بمستجدات الأمور والأحداث المتلاحقة. بل لجأت للتهويل تارة، والتستر تارة أخرى. كما أنها حاولت بدلا من محاولة بناء وتكوين رأي عام واع لحقيقة ما يجري على الأرض من خلال عرض تعددي لوجهات النظر، أو الرأي والرأي الآخر، فإنها أخذت على عاتقها تعبئة الرأي العام الإسرائيلي بحقائق مكذوبة عبر حفنة ضئيلة من رجال الإعلام الصهاينة ممن يدعون المعرفة الواسعة بالشئون العربية والفلسطينية». والكاتب يؤكد كذب الإعلام الصهيوني بمحاولة تصوير الحرب على غزة بأنها حرب دفاعية، وهو الأمر الذي استطاعت قناة الجزيرة دحضه، بنقلها المباشر لما قامت به إسرائيل من جرائم ضد الإنسانية في القطاع.

(١) ناصر الفضالة: الإعلام وهمس الحقائق على الصريقة الصهيونية .

(٢) تعرض الكاتب لمحاولة التشويه إعلامياً بقيادة اللوبي اليهودي في فرنسا الذي يحتل كبريات المؤسسات الإعلامية في فرنسا حيث يمتلك ٩ قنوات فضائية، ومع ذلك أصبح الكتاب سريعاً ضمن الكتب الأكثر مبيعاً في فرنسا.

ويتحدث الكاتب عن أهمية الإعلام وقت الحرب قائلا: «في الحرب يجب أن يكون ثمة إعلام كامل يؤدي ذات الدور الذي تؤديه البندقية، والطائرة النفاثة، والقنابل التي سوف تسقط آليا على الضحايا، لأن الحرب سوف تكون مخططا مدروسا يجب التحكم من خلاله، والذي يرتبط فيما بعد بالعامل النفسي للإسرائيليين، ومن ثم المجتمع الدولي الذي لا يجب أن يرى الحرب كما هي حقيقة، بل كما يبثها له الإعلام الصهيوني فقط، أي حربا نظيفة لا يموت فيها سوى «الإرهابيين»! بيد أن الصورة هنا يجب أن تؤدي الدور جيدا، ولا مجال للخطأ» وفي الوقت ذاته يبدأ الإعلام الصهيوني في بث حلقات تلفزيونية تستضيف شخصيات عسكرية وإعلامية وحتى رياضية أو عامة للحديث عن «الحق الإسرائيلي» وعن «الآخر» الذي غالبا ما يتم وصفه بالعربي الإرهابي. في تلك الندوات المكوكية يدافع الصيوف - مهما اختلفت منابرهم الفكرية - عن نفس الأمر، عن حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها، ويتم الحديث عن الجيش الإسرائيلي المتدرب «على الحروب النظيفة» والذي لا يخطئ في عمله، بحيث أن أغلب الذين يسقطون في طريقه هم من الإرهابيين، وفي ذات الوقت، بشكل الصدفة المفتعلة، يتم اكتشاف نفس الندوات في دول أخرى مثل أمريكا وبريطانيا وفرنسا، وألمانيا، ندوات تحمل طابعا «حواريا» ولكنها تستخدم المصطلحات نفسها التي تصف لآخر الإرهابي، وتصف دولة العدو بأنها «دولة ديمقراطية» وسط مجموعة من الدول العربية الشمولية غير الديمقراطية؛ فالعامل النفسي الذي يجب أن يكون مكملًا للصورة، إذ يجب وضع الصورة النمطية ذاتها عن العربي البائس العابس، الذي لا يستحق الحياة، أو عن المسلم المتعصب الذي يتمنى قتل أي شخص دون سبب، ليكون ثمة سبب لشن الحرب على العربي البائس وعلى المسلم المتعصب، لكن الصورة هذه لا بد أن تثير الرعب في النهاية، فاليهود كما يفهم الباحث الفرنسي الآخر «جيروم دو كيل» يخافون من الموت كثيرا، إذا سمعوا انفجار عجلة مظافية في شارع ما، يرمون على الأرض، يفكرون في أنها عملية انتقامية من فدائي عربي، وبعضهم يسأل نفسه: لماذا أنا هنا؟ والحال أن ذلك السؤال يظل حاضرا في الكتاب الذي نعرضه، إذ أن اليهودي الذي يشعر بالخوف الدائم من الانتقام يعي جيدا أنه سرق شيئا ليس له، يعي أن الأرض التي يتمتع بخيراتها ليست له، وأن البيوت التي يحصل عليها على حساب الفلسطينيين ليست بيته، لأنه مجرد انفجار الوضع يفكر بالهرب

من البلد، ويظل يسأل نفسه: ماذا أفعل هنا؟ بينما الفلسطيني لا يراوده هذا الشعور، بل هو يريد الموت هنا لأنها أرضه، ولأنها قناعته بأنه يجب أن يموت في أرضه وهنا يأتي مخرجو الحرب لجعل التفاصيل مغايرة للحقيقة برمي الخوف والخزي على العربي الفلسطيني! لقد بدأت الإبادة الصهيونية على غزة وفق تلك الصورة، والتي جعلت اليهود يصدقون كذبة «الرعب العربي» من الصهاينة، وأنه في ظرف أيام فقط يتم القضاء على المقاومة.

يقول الكتاب: «إن إسرائيل تعتمد على أحسن الخبراء العسكريين في عمية الشرعنة لأي حرب، فهي لا تدخل الحرب لأجل الحرب، بل تدخل الحرب لأجل تدمير الآخر ماديًا وروحيًا، فأهم ما تحاول صناعته داخل الحرب هو تدمير البنية التحتية، مع تدمير كامل للجانب النفسي لدى المواطن الذي تدور على أرضه تلك الحرب، وترهيبه بحيث تصبح فكرة «الحرب» مروعة ومخيبة ومرفوضة بالنسبة إليه، ولأجل هذه العملية تستعين إسرائيل بإعلامها الداخلي، وتستعين بموازاة ذلك بالإعلام الغربي وبالخصوص الإعلام الأمريكي الذي غالباً ما يجد المبررات للصهاينة بأنهم «يدافعون عن أنفسهم من الإرهابيين»، باستثناء الدور الكبير الذي قامت به قناة الجزيرة القطرية بفضحها للبشاعة الصهيونية وبثها للصور التي حركت الرأي العام الدولي وجعلته يخرج كشعوب إلى الشارع للتعبير عن تقززه من الجرائم الإسرائيلية: (مليون شخص خرجوا في إسبانيا ونصف مليون شخص خرجوا في فرنسا، وأكثر من ٣٠٠ ألف شخص خرجوا في إيطاليا وبريطانيا والسويد وأمريكا).

ويؤكد الكتاب أن «الدولة الصهيونية قد خسرت حرب الصورة بشكل كبير وقاطع، حتى الإعلام الغربي المدعم باللوبي الصهيوني عجز عن تلميع صورة الصهاينة، فما كانت تعتمد عليه إسرائيل في السابق (الغش والتزوير والكذب وتقديم الصورة الخاطئة) لم يعد ممكناً في وقتنا الراهن، وأصبح ثمة بدائل بسيطة يعتمد عليها البسطاء لنشر صورة البشاعة منها التليفون المحمول، حيث كشفت التقارير الدولية أن ١٢٠ فيديو، منها ٥٥ صورة هزت الرأي العام الدولي التقطت بالتليفون المحمول من قبل مواطنين فلسطينيين في غزة وأن تلك الصور تم طرحها بشكل آلي عبر مواقع الكترونية أوروبية ساهمت في فضح الكذب الإسرائيلي الذي زعم أنه قام بـ «حرب نظيفة» في القطاع^(١).

(١) ياسمينة صالح: باحث فرنسي يفضح إعلام الصهاينة منهجية علمية وأدوات موضوعية.

وكانت أحدث المؤامرات التي قام بها الإعلام الصهيوني في محاولة منه لشق الصف الإسلامي بعد الربيع العربي وظهور بوادر الوحدة والتضامن بين البلدان العربية هو إطلاق شائعة عدم صحة هلال شوال، وذلك في أغسطس ٢٠١١م فقد أكد فضيلة الدكتور علي جمعة مفتي جمهورية مصر العربية في أن إسرائيل وراء هذه الشائعة. وقال: إنها استكثرت على العالم الإسلامي أن يتوحد على كلمة سواء وأن يحتفل بعيد الفطر المبارك في صورة جماعية، مشيراً إلى أن إسرائيل حاولت أن تدعم دعواها الخبيثة بأن ما رأته اللجان الفلكية المصرية هو كوكب زحل وليس هلال شهر شوال لإحداث تفرقة بين المسلمين بعد أن ظهرت بوادر لم الشمل فيما بينهم^(١).

إدوارد سعيد^(٢) والإعلام الصهيوني:

تزامن نشر سيرة المفكر الفلسطيني إدوارد سعيد الذاتية والتي أكدت أصله الفلسطيني مع ما سمي بـ «مفاوضات المرحلة النهائية» آنذاك بين الإسرائيليين والعلمانيين، التي كان يرفضها سعيد، والتي كانت تتناول حق العودة وقضية اللاجئين. وكانت سهام هذه الحرب تتوجه مباشرة إلى نفي وتكذيب سيرة سعيد الذاتية التي أشارت إلى أصله الفلسطيني، حيث تعرض لحملة شرسة من قبل الإعلام الصهيوني العالمي ملقب إياه بلقب «بروفسور الإرهاب».

(١) دكتور علي جمعة الإعلام الصهيوني وراء شائعة عدم صحة هلال شوال، الأربعاء ٣١ أغسطس، ٢٠١١.

(٢) إدوارد وديع سعيد (١٩٣٥ - ٢٠٠٣) البروفسور بجامعة كولومبيا، والكاتب والمفكر الفلسطيني، ولد إدوارد سعيد في القدس لعائلة مسيحية دروتستانتية. بدأ دراسته في كلية فكتوريا في القاهرة ثم سافر سعيد إلى الولايات المتحدة كطالب، حتى حصل على درجة الدكتوراه من جامعة هارفارد عام ١٩٦٤ م. أصدر بحوثاً ودراسات ومقالات في حقول متنوعة. ومن كتبه: الاستشراق عام ١٩٧٨ م، ثم مسألة فلسطين عام ١٩٧٩ م، وبعد السماء الأخيرة عام ١٩٨٦ م، وكلاهما عن الصراع العربي الإسرائيلي، والثقافة والإمبريالية عام ١٩٩٣ والذي يعتبر تكملة لكتابه الاستشراق، إلى جانب كتب الأدب والمجتمع وتغطية الإسلام ولوم الضحية والسلام والسخط وسياسة التجريد، بعد معرفته بغير إصابته بمرض السرطان في ١٩٩٩ بدأ في كتابة مذكراته باسم خارج المكان (Out of place). يعتبر كتابه الاستشراق من أهم أعماله ويعتبر بداية فرع العلم الذي يعرف بدراسات ما بعد الكولونيالية كان سعيد منتقداً قويا ودائماً للحكومة الإسرائيلية والأمريكية ومناصرًا لحقوق الفلسطينيين. وكان من أشد المعارضين لاتفاقيات أوسلو وانتقد الزعيم الفلسطيني ياسر عرفات واعتبر أن اتفاقيات أوسلو كانت صفقة خاسرة للفلسطينيين، وقد توفي سعيد في ٢٠٠٣ عن ٦٧ عاماً نتيجة إصابته بمرض اللوكيميا (سرطان الدم).

وقد هاجم سعيد اتفاقية أوسلو حيث وصفها بأنها «استسلام جبان وانبطاح متملق جاهل تمارسه القيادة الفلسطينية الراهنة»... وقد شهدت جريدة «الديلي تلغراف» اعتي هذه المعارك التي حاضها عدد من المتعاطفين مع إسرائيل ضد سعيد، هذا المفكر الذي حمل الجنسية الأمريكية، في الوقت الذي يقول فيه: إن تاريخ الامبريالية ليعلمنا أنه ليس في الوسع شيء سوى فكرة حقيقية للتحرير والمساواة يمكنها أن تقاوم قوة الامبريالية وتصددها، وإنها ملأسة بحق أن جهلنا بالتاريخ وبالقوة الاستعمارية يبدو أنه علم مهندسي أوسلو الفلسطينيين أن الاستسلام الخانع المتذل، مصحوبا بصرخات النصر الكاذبة قد يحققان النتيجة ذاتها التي تحققها حملة حقيقية من الاستنهاض والاستنفار والمقاومة، بل إنها ملأسة وإهدار وضياح. بيد أن أجيالا من الفلسطينيين قد تستيقظ وتعي هذا الواقع».

فادوارد سعيد يدعو لموقف أخلاقي وفكري يتصدره الإيمان بالإنسان والحرية وضرورة التواصل والتفاعل والإثراء المتبادل بين الثقافات والمجتمعات والصراع ضد الاستعلائية والاستعمار والامبريالية والهيمنة، والتسلط والمركزية الغربية، فهو يدين النظام الأمريكي والأنظمة الغربية لأنها أنظمة تعتقد بواحديتها، ومن هنا فهي تعتقد بسلامة عقلها وحده، في مقابل التردى الحضاري للآخر.

ويؤكد ادوارد سعيد من خلال وضع يده على هذه التناقضات على ضرورة صياغة عالم جديد مع الأخذ في الاعتبار هذه الفروق العقائدية التي تشكل تحدياً أساسياً في نظريات الحكم المختلفة.

وفي عام ١٩٨١ م وحينما صدر كتابه الأشهر «الاستشراق» انطلقت عاصفة من الهجوم عليه باعتباره دفاعاً مستميتاً عن الإسلام وهجوماً لاذعاً ضد الغرب، وهو الفهم الذي أكد سعيد على نفيه أكثر من مرة.

ويؤكد سعيد على أهمية فكرة لتعددية الثقافية التي تشكل الأساس العميق للهوية، والتي يرى أنها ليست بالضرورة تؤدي إلى السيطرة والعداء بل إلى نوع جديد من الحوار والتقاطعات. وليس غريباً في هذا السياق أن يرفض ادوارد سعيد الدعوات الشوفينية المتطرفة التي يحملها متطرفون من أمثال صامويل هنتنجتون الذي حاول التأكيد على أن

صدم الحضارات أمر واقع لا محالة، ويؤكد إن المشكلة لم تكن مطلقاً في استبدال الشرطي الأبيض الأجنبي بالشرطي الوطني المحلي، فالقضية أخطر من ذلك بكثير، وفي هذا السياق يستعيد مقولة فانون بضرورة تطوير الوعي القومي بمعناه العصبي إلى وعي اجتماعي يسهم في بناء مجتمع مدني متحضّر، تلعب فيه الثقافة الدور الأهم.

ويؤكد سعيد في كتابه «مسألة فلسطين» على الدور الذي لعبته الصهيونية العالمية في خلق وعي عالمي زائف؛ إذ يقول: «أنّ الزيف والكذب والاحتياال الحقيقي هو ما فعلته الصهيونية والامبريالية الغربية الكلاسيكية، بيد أنه يرى فرقا ضئيلا بينهما يتلخص في أن الأولى أصبحت ممارسة تاريخية للقوة المستهجنة مدعومة بالمدد الإعلامي الضخم الذي لا يملك الفلسطينيون أو العرب إجابة على قوته، هذا إلى جانب الصداقة والمديح الغربيين اللذين عضدا هذا السلوك».

وسعيد يرى أن العقل الغربي لا يزال غير قادر على فهم الآخر العربي والمسلم بطريقة صحيحة فيقول: «القراءة الكلية الغربية للعقل العربي يعثرها القصور الشديد، فالحديث عن هذا العقل بنزوعه المزعوم إلى العنف، والتأريخ المفرط للإسلام من شأنه أن ينتج سياقات مغلوطة لصورة العقل العربي ودوره التاريخي، لذلك فليس مستغرباً أن يحمل الخطاب الغربي نغمات عنصرية لوجهة النظر العربية التي تبدو معادية للديمقراطية، والمتهمة بالعنف والنكوص في آن واحد»^(١).

ويؤكد إدوارد سعيد في كتابه «تغطية الإسلام» (Covering Islam) أن الخطاب الغربي الذي نقوده الصهيونية العالمية يحاول تعميق فكرة أساسية في الوعي الإنساني، وهي أن الإسلام هو سبب كل ما تمر به الإنسانية من مشكلات، يقول في مقدمة الكتاب «ثمة إجماع لدى الغرب على جعل الإسلام كبش فداء يلقي عليه ما لا يروقه في العالم من نماذج سياسية واجتماعية واقتصادية جديدة، فالإسلام عند معسكر اليمين الغربي يمثل البربرية وعند معسكر اليسار ثيوقراطية قرون الظلام، أما الوسط فلا يراه إلا ضرباً من الغرابة الكريهة المنفرة والقيمة الوحيدة عندهم الموجودة في الإسلام هي معاداته للشيعوية»^(٢).

(١) محمود قرني: خطاب إدوارد سعيد في الإعلام الصهيوني وظلاله بعد الثورات العربية.

(٢) إدوارد سعيد: تغطية الإسلام.

ولا يخفى علينا دور المسيحية الصهيونية في قلقله أوصاع المسلمين في أوروبا وهو الأمر الذي يعكس خوفا من الإسلام المتنامي هناك فيما يعرف بظاهرة الإسلاموفوبيا. وفي المقابل يحاول هذا الإعلام الصهيوني غزو العالم العربي والإسلامي غزواً ثقافياً فيما يعرف بنظرية الاستعمار عن بعد - (Remote Imperialism)، بل وصل الأمر بأحدهم - في أيامنا هذه - إلى الدعوة إلى: «استدعاء الأفكار الاستعمارية القديمة لإنقاذ أوروبا من أزمتها فهؤلاء - يقصد الشرق - يملكون المواد الخام والتي يجب أن نأخذها بأسعار زهيدة كي نتخطى أزمتنا الاقتصادية».

الإعلام الصهيوني وبروتوكولات حكماء صهيون:

على الرغم من قناعتى الشخصية بأن من كتب البروتوكولات هم في الغالب الأعم رجال المخابرات الروسية وذلك وفقاً لما أثبتته العديد من الدراسات في هذا المجال^(١)، إلا أنها أبدعت في وصف الشخصية اليهودية وموقفها من الآخر ومن الحضارة الإنسانية وأساليبهم في السيطرة على العالم وهو ما يطابق الواقع كثيراً.

وفيما يخص الإعلام جاء في البروتوكول الثالث عشر «علينا أن نلهي الجماهير بشتى الوسائل، وحينها يفقد الشعب تدريجياً نعمة التفكير المستقل بنفسه، سيهتف جميعاً معنا لسبب واحد هو أننا سنكون أعضاء المجتمع الوحيديين الذين يكونون أهلاً لتقديم خطوط تفكير جديدة».

وفي البروتوكول الثاني من بروتوكولات حكماء صهيون حيث كُتِب «من خلال الصحافة اكتسبنا نفوذاً ولكن أبقينا أنفسنا في الظل» بذلك فقد استطاعوا السيطرة وتوجيه حكومات الدول سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لخدمة أهدافهم، ولعلنا نذكر جميعاً فضيحة الرئيس الأمريكي كلبنتون والتي كانت كل أطرافها من اليهود وكيف عالج الإعلام الأمريكي هذه القضية.

(١) تأل على رأسها دراسة الدكتور عبد الوهاب المسيري «بروتوكولات حكماء صهيون» والماددة عن دار الشروق المصرية.

وتواصل البروتوكولات: «ولضمان الرأي العام يجب أولاً: أن نحيره كل الحيرة بتغييرات من جميع النواحي لكل أساليب الآراء المتناقضة حتى يضيع الأمميون (غير اليهود) في متاهتهم. وعندئذ سيفهمون أن خير ما يسلكون من طرق هو أن لا يكون لهم رأي في السياسية، وأن هذه المسائل لا يقصد منها أن يدركها الشعب بل يجب أن تظل من مسائل القادة الموجهين فحسب. وهذا هو السر الأول. والسر الثاني وهو ضروري لحكومتنا الناجحة - أن تتضاعف وتتضخم الأخطاء والعادات والعواطف والقوانين العرفية في البلاد حتى لا يستطيع إنسان أن يفكر بوضوح في ظلامها المطبق، وعندئذ يتعطل فهم الناس بعضهم بعضاً».

وسنتقدم بدراسة مشكلات المستقبل بدلاً من الكلاسيكيات وبدراسة التاريخ القديم الذي يشتمل على مثل سيئة أكثر من اشتماله على مثل حسنة.

«سنعالج قضية الصحافة على النحو التالي: سنمتطي صهوة الصحافة، ونكبج جماحها. يجب ألا يكون لأعدائنا وسائل صحفية يعبرون فيها عن آرائهم. لن يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير أن يمر علينا. ستكون لنا صحف شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرسقراطية، وجمهورية، وثورية، بل وفوضوية أيضاً. يجب أن نكون قادرين على إثارة عقل الشعب عندما نريد، وتهديته عندما نريد. يجب أن نشجع ذوي السوابق الخلقية على تولي المهام الصحفية الكبرى، وخاصة في الصحف المعارضة لنا، فإذا تبين لنا ظهور أية علامات عصيان من أي منهم سارعنا فوراً إلى الإعلان عن مخاذه الخلقية التي تستر عليها، وبذلك نقضي عليه ونجعل عبرة لغيره».

أما هدفهم الآخر فهو نشر الانحلال والفساد الخلقي فقد ذكر في البروتوكول التاسع «لقد أفسدنا الجيل الحاضر من غير اليهود ولقناه الأفكار والنظريات الفاسدة» وأيضاً في البروتوكول السابع عشر «لقد عينا عناية عظيمة بالحط من كرامة رجال الدين، ولقد نجحنا في الإضرار برسالتهم التي قد تكون عقبة في طريقنا»^(١).

(١) بروتوكولات حكماء صهيون: دار الشهاب اللبنانية.

وهذا نص البروتوكول الثاني عشر والذي تم تخصيصه كاملاً للصحافة والإعلام:

«الأدب والصحافة هما أعظم قوتين تعليميتين خطيرتين. ولهذا السبب ستشتري حكومتنا العدد الأكبر من الدوريات، وبهذه الوسيلة سنوقف التأثير السيئ لكل صحيفة مستقلة، ونسيطر بشكل كبير جدًا على العقل الإنساني، وإذا كنا نرخص بنشر عشر صحف مستقلة فسنشرع حتى يكون لنا ثلاثون، وهكذا دوالي.

ويجب ألا يرتاب الشعب أقل رغبة في هذه الإجراءات؛ ولذلك فإن الصحف الدورية التي ننشرها ستظهر كأنها معارضة لنظراتنا وآرائنا؛ فتوحي بذلك الثقة إلى القراء، وتعرض منظرًا جذابًا لأعدائنا الذين لا يرتابون فينا، وسيقعون لذلك في شركنا، وسيكونون مجردين من القوة.

وفي الصف الأول سنضع الصحافة الرسمية، وستكون دائمًا نقطة للدفاع عن مصالحنا، ولذلك سيكون نفوذها على الشعب ضعيفًا نسبيًا. وفي الصف الثاني سنضع الصحافة شبه الرسمية التي سيكون واجبها استمالة المحاييد وفاتر الهممة، وفي الصف الثالث سنضع الصحافة التي تتضمن معارضتنا، والتي ستظهر في إحدى طبعاتها مخاصمة لنا، وسيخذ أعداؤنا معارضتنا، والتي ستظهر في إحدى طبعاتها مخاصمة لنا، وسيخذ أعداؤنا الحقيقيون هذه المعارضة معتمدًا لهم، وسيتركون لنا أن نكشف أوراقهم بذلك.

ستكون لنا جرائد شتى تؤيد الطوائف المختلفة: من أرستقراطية وجمهورية، وثورية، بل فوضوية أيضًا. وسيكون ذلك طامًا أن الدساتير قائمة بالضرورة. وستكون هذه الجرائد مثل الإله الهندي فشنو Vishnu. لها مئات الأيدي، وكل يد ستجس الرأي العام المتقلب.

ومتى أراد النبط سرعة فإن هذه الأيدي ستجذب هذا الرأي نحو مقصدنا، لأن المريض الملهتاج الأعصاب سهل الانقياد وسهل الوقوع تحت أي نوع من أنواع النفوذ. وحين يمضي الثرثارون في توهم أنهم يرددون رأي جريدتهم الحزبية فإنهم في الواقع يرددون رأينا الخاص، أو الرأي الذي نريده. ويظنون أنهم يتبعون جريدة حزبهم على حين إنهم،

في الواقع، يتبعون اللواء الذي سنحركه فوق الحزب، ولكي يستطيع جيشنا الصحافي أن ينفذ روح هذا البرنامج للظهور، بتأييد الطوائف المختلفة - يجب علينا أن ننظم صحافتنا بعناية كبيرة.

وباسم الهيئة المركزية للصحافة Central Commission Of the Press سننظم اجتماعات أدبية، وسيعطي فيها وكلاؤنا - دون أن يفطن إليهم - شارة للضمان وكلمات السر. ومناقشة سياستنا ومناقضتها. ومن ناحية سطحية دائمة بالضرورة. ودون مساس في الواقع بأجزائها المهمة - سيستمر أعضاؤنا في مجادلات زائفة شكلية مع الجرائد الرسمية. كي تعطينا حجة لتحديد خططنا بدقة أكثر مما نستطيع في إذاعتنا البرلمانية وهذا بالضرورة لا يكون إلا لمصلحتنا فحسب، وهذه المعارضة من جانب الصحافة ستستخدم أيضًا غرضنا، إذ تجعل الناس يعتقدون أن حرية الكلام لا تزال قائمة، كما أنها ستعطي وكلاءنا فرصة تظهر إن معارضينا يأتون بتهامات زائفة ضدها، على حين أنهم عاجزون عن أن يجدوا أساسًا حقيقيًا يستندون عليه لنقض سياستنا وهدمها.

هذه الإجراءات التي ستختفي ملاحظتها على انتباه الجمهور - ستكون أنجح الوسائل في قيادة عقل الجمهور، وفي الإيحاء إليه بالثقة والاطمئنان إلى جانب حكومتنا.

وبفضل هذه الإجراءات سنكون قادرين على إثارة عقل الشعب وتهديته في المسائل السياسية، حينما يكون ضروريًا لنا أن نفعل ذلك. وسنكون قادرين على إقناعهم أو بلبلتهم بطبع أخبار صحيحة أو زائفة، حقائق أو ما يناقضها، حسبما يوافق غرضنا. وأن الأخبار التي سننشرها ستعتمد على الأسلوب الذي يتقبل الشعب به ذلك النوع من الأخبار، وسنحتاط دائمًا احتياطًا عظيمًا لجس الأرض قبل السير عليها.

إن القيود التي سنفرضها على النشرات الخاصة، كما بينت، ستتمكننا من أن نتأكد من الانتصار على أعدائنا، إذ لن تكون لديهم وسائل صحفية تحت تصرفهم يستطيعون حقيقة أن يعبروا بها تعبيرًا كاملاً عن آرائهم، ولن نكون مضطرين ولو إلى عمل تنفيذ كامل لقضاياهم.

والمقالات الجوفاء التي سنلقي بها في الصف الثالث من صحافتنا سنقننها عفواً، بالضرورة تفنيدياً، شبه رسمي. يقوم الآن في الصحافة الفرنسية نهج الفهم الماسوني لإعطاء شارات الضمان فكل أعضاء الصحافة مرتبطون بأسرار مهية متبادلة على أسلوب النبوءات القديمة ولا أحد من الأعضاء سيفشي معرفته بالسر، على حين أن مثل هذا السر غير مأمور بتعميمه. ولن تكون لناشر بمفرده الشجاعة على إفشاء السر الذي عهد به إليه، والسبب هو أنه لا أحد منهم يؤذن له بالدخول في عالم الأدب، ما لم يكن يحبس سمات بعض الأعمال المخزية في حياته الماضية. وليس عليه أن يظهر إلا أدنى علامات العصيان حتى تكشف فوراً سماته المخزية. وبينما تظل هذه السمات معروفة لعدد قليل تقوم كرامة الصحفي بجذب الرأي العام إليه في جميع البلاد، وسينقاد له الناس، ويعجبون به.

ويجب أن تمتد خططنا بخاصة إلى الأقاليم وضروري لنا كذلك أن نخلق أفكاراً ونواحي آراء هناك بحيث نستطيع في أي وقت أن ننزلها إلى العاصمة بتقديمها كأنها آراء محايدة للأقاليم.

وحينما نصل إلى عهد المنهج الجديد - أي خلال مرحلة التحول إلى مملكتنا - يجب أن لا نسمح للصحافة بأن تصف الحوادث الإجرامية: إذ سيكون من اللازم أن يعتقد الشعب أن المنهج الجديد مقنع وناجح إلى حد أن الإجرام قد زال^(١).

وهي كلمات تصف واقعاً وأحداثاً تدور حولنا، ولا تحتاج إلى تعليق.

إسرائيل وتشويه الثورات العربية:

لقد أعاد الربيع العربي للرأي العام العربي زخمه وتأثيره، وهو أمر يدركه الكيان الصهيوني جيداً، لذا عمد إلى تشويه ذلك الربيع وتلك الثورات، وكنموذج دراسة حالة سنرى كيف تعامل الإعلام الإسرائيلي والساسة الإسرائيليون مع الثورة المصرية ومنها:

(١) بروتوكولات حكماء صهيون: دار الشهاب اللبنانية .

عكفت المؤسسة الحاكمة في إسرائيل والنخب المرتبطة بها على الشكيك في طابع ثورات التحول الديمقراطي في الوطن العربي وتحذير العالم من مآلاتها، زاعمة أنها سوف تُفضي إلى هيمنة الحركات الإسلامية على مقاليد الأمور في الدول العربية. ولقد فطن رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو إلى إثارة مخاوف العالم من خلال تحذيره من تكرار تجربة الثورة الإسلامية في إيران. ولم يفش التحذير من أن مصر تنتظر مصيرًا مشابهًا في حال صعود الإسلاميين إلى الحكم فيها كنتائج للثورة.

وقال ماثيو داجان - رئيس الموساد السابق «أن إسرائيل تواجه خطر الإرهاب المصاحب للتطورات التي تحدث بالبلاد المجاورة لإسرائيل». (يديعوت أحرونوت ٩/٢١)

كذلك دعا نتنياهو إلى تأسيس صندوق دولي لدعم خصوم الإسلاميين في العالم العربي، ممن أسماهم «ذوي التوجهات الليبرالية»، مشنًا هذه الخطة بخطة «مارشال» التي نفذتها الولايات المتحدة في أعقاب الحرب العالمية الثانية لدعم أوروبا الغربية.

وفيما يتعلق بمصر، اعتبر الإعلام الصهيوني أن ما حدث في مصر «انقلاب وليس ثورة»، لأن هذه الأحداث ستنتهي بوصول جماعة الإخوان المسلمين إلى الحكم، وأنهم سيقيمون في مصر «النسخة السيئة للجمهورية الإسلامية في إيران». وشددوا على أنه لا يوجد في مصر أي ميل نحو التحول الديمقراطي والحريات.

ولقد حذر يوسي بيلين من أن تسليم العالم بنقل مقاليد الأمور للإسلاميين في أعقاب الثورات العربية يمثل «عملًا غير مسئول»، مدعيًا أن الرئيس أوباما عاد إلى الخطأ نفسه الذي وقع فيه الرئيس الأمريكي الأسبق جيمي كارتر الذي «تخلّى» عن الشاه، ما أدى في النهاية ليس فقط إلى سقوط الحكم الإمبراطوري في طهران وإزاء المواقف العلنية التي تحاول تحريض العالم على الثورات العربية من خلال إثارة فزاعة الإسلاميين.

ففي الأيام الأولى لثورة مصر طالب بنيامين نتنياهو الولايات المتحدة بالتدخل لإنقاذ النظام، ومُحذّرًا من أن «الزلازل الذي يضرب المنطقة العربية هذه الأيام سيؤدي إلى ثورات دينية على النمط الإيراني».

وحين فشلت كل هذه الجهود، بفعل صمود الثورة المصرية واستعدادها لتقديم التضحيات لتحقيق أهدافها (٣٥٠ شهيدًا و ٥ آلاف جريح خلال أيام)، انتقلت الحكومة «الإسرائيلية» إلى شنّ الحملات الإعلامية والسياسية في داخل الولايات المتحدة، التي تتهم إدارة أوباما بـ «التخلي عن حلفائها التاريخيين في الشرق الأوسط»، وبتسهيل «الانقصاص الوشيك للإخوان المسلمين على السلطة في مصر»، على غرار ما حدث في إيران العام ١٩٧٩. وتقاطع هذا الموقف مع مواقف بعض الدول العربية، التي طالبت واشنطن هي الأخرى بحماية النظام المصري، ملوحة بالحلول مكانها في دفع قيمة المساعدات العسكرية للقوات المسلحة المصرية التي تبلغ ١,٥ مليار دولار سنويًا.

وصرح الجنرال إيال أيزنبرج، قائد الجبهة الإسرائيلية الداخلية، أن ما يسمى «الربيع العربي» يمكن أن يتحول في فصل الشتاء المقبل إلى ما اسماه «شتاء إسلامي متطرف»، الأمر الذي من شأنه أن يزيد احتمال اندلاع حرب شاملة تكون مقرونة باستعمال أسلحة الدمار الشامل.

وقال رئيس أركان جيش الاحتلال الإسرائيلي الجنرال بني جانتس إن «الربيع العربي» أصبح زوبعة تعصف بالمنطقة.

ونائب رئيس الوزراء الإسرائيلي سيلفان شالوم الذي أكد «أن الثورات العربية القائمة في المنطقة العربية كانت بمنزلة كارثة على إسرائيل ولاسيما بعد تنحي قادة كبار موالين للغرب وإسرائيل مثل الرئيس المصري السابق حسني مبارك ونظيره التونسي زين العابدين بن علي، موضحاً أن الربيع العربي أبقى بقيادة عكس ذلك، وبالتالي فإن إسرائيل بجانب الدول الغربية يجب عليها العمل على تقوية الديمقراطية في تلك الدول دون تردد.

وقالت صحيفة «معاريف» الإسرائيلية: «إن ما يشهده العالم العربي وعلى وجه الخصوص مصر وتونس إنما هي مساع لخطوات بدأت قديمًا نحو تطبيق وفرض مبدأ الجهاد الإسلامي ضد إسرائيل».

وفي المقابل دعا الحاخامات في إسرائيل إلى الإسراع بالاستيطان في أرض إسرائيل، على

اعتبار أن الثورات العربية هي إرهابيات قدوم المسيح المخلص، والذي يجب أن يرى أن كل أرض إسرائيل وقد استوطنتها اليهود قبل قدومه؛ فقد قال حاخام إسرائيلي: الثورات العربية دليل على أن المسيح على الأبواب، ففي مقال على موقع «جثولاه» «الخلاص» كتب الحاخام «ابيشاي افرجون» قائلاً: «إن ثورات الربيع العربي هي جزء من اخلاص الإسرائيلي إنه خلال الشهور الأخيرة حدثت العديد الثورات العربية التي تمت في هدوء وبدون إراقة دماء، ولكن الشيء العجيب إن الكثيرين من الناس ينظرون إلى هذه الأحداث على أنها أحداث عادية، وأن الدهر يجري فيها على عادته دون تغيير من عام إلى عام، ولكنني أقول لهم إن هذه الأحداث هي جزء من الخلاص العام لإسرائيل وهي دليل على صدق نبوءة الصديقين ودليل على مسيحنا المخلص قد اقترب مجيئه».

وقال الرئيس الإسرائيلي شيمون بيريز: إنه يفضل حكمًا تغيب فيه الديمقراطية، في إشارة إلى نظام الرئيس المصري حسني مبارك، على حكم «ديني متطرف»، وأضاف: «كنا دائماً نكن احتراماً كبيراً لمبارك وإنه ليس كل ما قام به كان صحيحاً لكنه فعل أمراً واحداً نحن جميعاً مدينون له بالشكر عليه وهو الحافظ على السلام في الشرق الأوسط».

وصرح وزير الخارجية الإسرائيلي أفيجدور ليبرمان: إن الأحداث التي يشهدها العالم العربي وعلى رأسها الأحداث في مصر ليست بسبب الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني، وقال إن «أي إنسان عاقل يدرك أن التطورات التي تمر على العالم العربي الآن ليست مرتبطة بالقضية الإسرائيلية الفلسطينية بأية حال . مؤكداً أن إيران هي التهديد المركزي لإسرائيل والعالم».

إذاً فقد رأينا كيف وأن الإعلام الإسلامي سيواجه تحدياً إعلامياً صهيونياً متفوقاً عنه في الوسائل والإمكانيات، ولكن بالصبر والإصرار والإيمان بعدالة قضيتنا وبتطوير وسائلنا والوقوف على كل ما وصلت إليه الحضارة الإنسانية من تقدم سنتغلب عليه - بإذن الله - فاضين رؤيتنا التي لا تدعو لشيء إلا لخير الإنسانية جمعاء ولانتصار قيم الخير والحق والعدل.

الحاتمة

يشوب تجربة الإعلام الإسلامى الحالى العديد من جوانب القصور ومنها:
ضعف الجانب المهني، ونقص الكوادر الإعلامية المدربة والمضطلعة على
مستجدات ومدارس الإعلام الحديث، بالإضافة إلى هيمنة الطابع الشخصي
ملالكيها وفرض رؤيتهم الدينية والمذهبية الخاصة، من هنا كانت الحاجة
للإعلام الإسلامى الراقى الذى لا يتحكم فيه تيار بعينه ولا فئة بعينها
بل هو متاح للجميع ويعبر عن الأمة الإسلامية جمعاء، إعلام يعمل على

تقريب وجهات النظر الإسلامية السياسية والفقهية من أجل أمة موحدة قوية.

لذا نرى أنه يجب أن يأخذ القائمين على الإعلام الإسلامى التوصيات التالية فى الاعتبار:

- من المهم إطلاق قناة إعلامية عالمية ذات قدرات وكفاءة عالية تخاطب الآخر بلغته - ولتكن اللغة الإنجليزية التى تجيدها الغالبية العظمى من سكان المعمورة - فإننا كثيرًا ما نتهم بأننا نصرخ بأعلى أصواتنا، ولكن داخل غرفة مغلقة؛ فالإعلام الإسلامى هو إعلام يكلم نفسه ولا يخاطب الآخر، لقد وصل الأمر ببعض المتخصصين إلى أن اعتبر أن الحرب بين الغرب والمسلمين هى بسبب تقصير المسلمين فى صناعة إعلام متطور يلغى جوانب الشكوك والنضاد فيما بينهما.

- على الإعلام الإسلامي أن يهيئ لعملية الانخراط الإيجابي للأقليات الإسلامية في المجتمعات التي يعيشون بين ظهرانيها - في ظل دعوات أوروبية منادية بترحيل المسلمين من الغرب بدعوى أنهم يشكلون خطرًا على القيم الغربية - وذلك من أجل تحقيق عدة أهداف منها: ضمان أن لا تتكرر التجربة اليهودية والدعوة لترحيلهم، كذلك لكونهم رسل لنشر الدعوة الإسلامية وتقديم صورة صحيحة للإسلام، بالإضافة إلى إمكانية نقلهم العلوم المتقدمة للبلدان الإسلامية.
- إيجاد مرجعية موحدة للأحكام الشرعية يرجع إليها كل من يريد أن يتعرف على الأحكام في نبعها الصافي بات أمرا ملحا إذا أردنا أن نقدم إعلامًا إسلاميًا عال الجودة ومقنعا للآخر ونترك المجادلات والسجلات الفقهية لساحتها الطبيعية، ومنعا لتضارب الفتوى بين وسيلة إعلامية والأخرى.
- لا بد لنا أن نعترف بأن الإنسان الذي سوف نخاطبه إعلاميًا يختلف كل الاختلاف عن الإنسان الذي نزلت عليه الدعوة، وهو ما يقتضى أن يكون لدى القائمين على الأداة الإعلامية ملكة الجمع بين الإسلام في أصله وبين الواقع في معاصره.
- الغرب يعتبر الإسلام الخطر القادم ويطلق عليه (الخطر الأخضر)، وكما يقول العلامة جمال حمدان: «إن الإستراتيجية العظمى لأعداء الإسلام هي استدراجه وتوريطة في صدام وصراع دموى مسلح، إن أمكن مع المسيحية، هذه هي إستراتيجية الصهيونية» تلك حقيقة يجب أن لا تغيب عن أذهاننا ونحن نضطلع بمهام الإعلام الإسلامي، وهي الرؤية التي تعمقت في الوعي العالمى نتيجة سيطرة الإعلام الصهيونى عالميًا، والذي كان يقدم رؤية أحادية فأصبح الإسلام مرادفًا لكلمة الإرهاب وتنامت ظاهرة الإسلاموفوبيا، في ظل غياب إعلام إسلامى وإستراتيجية مضادة، وهو ما يستدعى منا عمل مضاعف لتصحيح الصورة، إلا أننا يجب ألا نضع الغرب في سلة واحدة فهو ليس كتلة صماء بل يمكن تقسيمه إلى: أعداء، وأصدقاء، ومحايدين، واستثمار القوة الناعمة للإسلام في القيام بدوره الحضارى.

■ يجب أن نضع نصب أعيننا دور الإعلام الديني في إدارة عجلة الإصلاح بإثارة الحوافز الدينية ودور الدين في دفع عملية الإصلاح المجتمعي اقتصاديًا وسياسيًا واجتماعيًا، ودور الإعلام الإسلامي في فض الاشتباك بين الدين والسياسة والتأكيد على أن الدين لا يمثل عقبة أمام التقدم وتفنيد تجربة أوروبا والكنيسة من الدين وأنها تقدمت حين بعدت عنه في حين تغفلنا لذات السبب والتصدي بقوة لمحاولات البعض لتمرير خطاب ديني متطرف.

■ النجاح النسبي الذي تحقق لبعض القنوات الفضائية العربية ذات الطبيعة الجادة يحض الرؤية القائلة بأن المادة الإعلامية الجادة لن تحظى بنسبة مشاهدة عالية في عالمنا العربي والإسلامي، إلا أن هذا لا ينفي دور الإعلام الواعي في تحقيق المعادلة لصعوبة في المجتمع بين جدية المضمون ومتعة العرض . الإعلام الذي يغذي الجانب الروحي في الإنسان وليس الإعلام المادي المنفلت من أي ضابط أخلاقي والمنفصل عن القيمة المعتمد على الإبهار في تقديم العري والإثارة ودغدغة الغرائز؛ فلقد أصبح إضعاف الوازع الديني، وانتهاك المحرمات سمة أساسية في الإعلام العربي، بذريعة تجفيف منابع التطرف، وهو ما أوجد حالة من فقدان الهوية، وأفرز وضعًا أخلاقيًا هشًا، تفشت في ظله الجريمة الأخلاقية.

■ نريد إعلامًا إسلاميًا لا يبدأ من نقطة الصفر، بل يبنى على ما سبقه من تجارب ليمثل الدعوة الإسلامية في وجهها المشرق، معتمدًا على مصادره الخاصة به وليحرر الإعلام الحالي ويخلصه من التبعية والتسييس فكل الأخبار والمعلومات حاليًا مستقاة من وكالات أنباء غربية فتأتي دائما مصبوغة بتوجهات تلك الوكالات.

■ ندعو لقيام مشروع إنتاجي ضخم لإنتاج أعمال درامية جادة وهادفة تخدم المجتمع ولا تثير غرائز زبائن شبك التذاكر وفي ذات الوقت تصب في صالح المشروع النهضوي الإسلامي مثل إنتاج أعمال كتاب إسلاميين كبار كنقيب الكيلاني أو تشجيع كتاب السيناريو على الكتابة في هذا المضمار، ويجب أن نكون على يقين بأن تلك الأعمال البعيدة عن العري وذات المضمون الجاد، ستلقى إعجاب الكثرين،

وأعمال الأنيميشن الخالية من الجنس ومشاهد العرى بما حققته من نجاح كبير تؤكد هذه الحقيقة.

■ الإعلام الإسلامى يقوم على قاعدة الحلال والحرام وأن الأصل فى الأشياء هو الإباحة تلك حقيقة لا يجب أن تغيب عن ذهن الإعلامى المسلم وهو يضطلع برسالته التى أوكل بها.

■ وفيما يتعلق بمصر قلب العروبة النابض وحاملة لواء الوسطية الإسلامية وصاحبة أكبر وأقدم حضارة كونية فالدين يعد مكوناً أساسياً فى صياغة العقل الجمعى المصرى، ووفقاً لبيانات مسح القيم العالمية لعام ٢٠٠٨م فإن ٩٥,٤% من المصريين يعتبرون أن الدين أمر بالغ الأهمية فى الحياة، وهو أمر يعكس جسامه المهمة على عاتق مصر بتولى زمام المبادرة لإطلاق قناة إعلامية إسلامية عالية الكفاءة، كفاءة تتحرك على مستويين: كفاءة الوسيلة وكفاءة المضمون.

■ الأمر المثير حقاً أن ارتفاع حدة التوتر المذهبي واتساع الفجوات بين التنظيمات الإسلامية المختلفة والتجاذب التنظيمي والحركي هو أبرز سلبات الإعلام الإسلامى الحالى (ولا ننكر إيجابياته)، فلا يخفى علينا صيحات التشكيك والتخوين ودعوات الإقصاء والإبعاد بين كل فصيل والآخر داخل المعتقد الواحد فما بالنا بالآخر المخالف فى الدين وهى أمور ندعو إلى تجاوزها فى المستقبل، وترسيخ مبدأ أن لا أحد يمتلك الحقيقة كاملة؛ وفقاً للمثل الصينى الذى يقول: «لك حقيقتك ولى حقيقتى وبالطبع هناك الحقيقة الصادقة».

«There is your truth , there is my truth and there is the truth»

■ والآن، تبقى فكرة أساسية، وهى أننا لن نروج لدولة دينية وحكم دينى متسلط، بل دولة مدنية تتسع للجميع يكون مرجعيتها الأساسية الإسلام وكل ما اتفقت عليه الحضارة الإنسانية طوال تاريخها الطويل من مبادئ وقيم، ولنترك الحديث للعلامة جمال حمدان إذ يقول: «ما أوجنا للإسلام السياسى الحميد الذى يدعو لتحرير فلسطين ونصرة المستضعفين ووحدة العالم الإسلامى، وما أشد رغبتنا فى التخلص من

الإسلام السياسي الخبيث الذي يدعو إلى دولة ثيوقراطية متشددة تنفى الآخر وتغلق الاجتهاد وتنقسم العالم إلى دار الكفر ودار الإيمان».

ومن واقع قراءتي الخاصة لمستجدات الساحة العالمية، وما أوردناه في ثنايا هذا الكتاب أقول أننا على أعتاب نظام عالمي جديد وحضارة إنسانية بازغة، يساهم فيها الإسلام بنصيب الأسد؛ فالمستقبل لهذا الدين، تلك حقيقة يجب أن تستقر في وعي الإعلامي المسلم وهو يؤدي رسالته وأن الله يسير هذا الكون نحو قيم الحق والخير والجمال وأن الحق سينتصر في النهاية مهما اشتد الظلم وطال أمده، من هذا المنطلق فعليه أن يبث روح التفاؤل في مشاهديه، والحلم بمستقبل أفضل شريطة السعي الجاد نحو هذا الهدف وتلك الغاية.

وأخيراً، قد أكون مفرطاً في التفاؤل ولكن من كان يتحدث عن إمكانية قيام ثورة للمصريين كان يتهم بالبلهة الفكرية!!

والله ولي التوفيق

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربية:

- القرآن الكريم.
- دكتور عبد القادر طاش: مقال: نحو إعلام فضائي هادف.
- محمود قرني: خطاب إدوارد سعيد في الإعلام الصهيوني وظلاله بعد الثورات العربية.
- إدوارد سعيد: تغطية الإسلام.
- حسين راشد: المؤامرة الإعلامية الصهيونية وتعييب الفكر العربي.
- بروتوكولات حكماء صهيون: دار الشهاب اللبنانية.
- ياسمينه صالح: باحث فرنسي يفصح إعلام الصهاينة بمنهجية علمية وأدوات موضوعية.
- ناصر الفضالة: الإعلام وطمس الحقائق على الطريقة الصهيونية.
- دكتور خالد ممدوح العزي: الدعاية الموجهة في الإعلام الصهيوني .
- دكتور حامد ربيع، فلسفة الدعاية الإسرائيلية، منظمة التحرير الفلسطينية، بيروت، ١٩٧٠ الطبعة الأولى.
- دكتور محمد علي حوات: الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية مكتبة مديوني الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م.
- أحمد أبو زيد: النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية.
- حسين قبلوي: الإعلام في الإستراتيجية الصهيونية، صحيفة البعث السورية ٢٠٠٣/٢/٨.

- دكتور فؤاد بن سيد الرفاعي، النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية.
- دكتور راغب السرجاني: الإعلام اليهودي وقيادة أمريكا.
- ديفيد ديوك: الصحوة.. النفوذ اليهودي في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجمة د. إبراهيم الشهابي، دار الفكر- دمشق، الطبعة الأولى ٢٠٠٢م.
- خالد بن عبد الرحمن الشايع: الإعلام الإسلامي بين التبعية والاستقلال.
- سهيلة زين العابدين حماد: الإعلام الإسلامي وخطر العولمة.
- محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية والتطبيق.
- أحمد عبد الوهاب: الإسلام في الفكر الغربي.
- مصطفى كناكر: الحتمية في نجاح الدعوة الإسلامية.
- حنان محمد عبد المجيد: التوجهات الفكرية للدعاة الجدد نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي.
- صالح السيد عراقي: أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية.
- علاء الشامي: دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، كلية الأعلام، جامعة القاهرة.
- محمد النوري: كتاب غربيون: الشريعة تنقذ اقتصاد العالم، موقع الإسلام أون لاين.
- سالم عبد الغفور: اقتصاديون غربيون: الاقتصاد الإسلامي هو الحل للخلاص من الأزمة الاقتصادية العالمية، جريدة الوطن الكويتية.

المراجع الأجنبية:

- JEWISH POWER inside the American Jewish Establishment., J.J. Goldeberg.
- David Berlo: the process of communication.
- Schram . Wilbur: Information theory and mass communication .



أعمال للمؤلف تحت الطبع

١- المؤسسات الدينية في إسرائيل «جدل الديني والعلماني».

٢- الحركات الدينية المعادية للصهيونية داخل إسرائيل.

٣- الأحزاب الدينية الإسرائيلية «جدل الدين والسياسة».

٤- التعليم الديني في إسرائيل «جدل الآننا والآخر».

الفهرس

الموضوع	صفحة
اهداء	٥
مقدمة	٧
الفصل الأول: الإعلام، مدارسه ونظرياته	١١
الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي، الوسائل والغايات	٤٣
الفصل الثالث: الإعلام الإسلامي والتحدى الصهيوني	٧٩
الخاتمة	١١٥
قائمة المصادر والمراجع	١٢٠



د. محمد فتحى عمارة

دكتوراه في الأديان والصراع العربى الإسرائيلي
خبير إعلامى

« إن التحدى الأكبر الذى يواجه الإعلام الإسلامى هو محاولة تصحيح صورة الإسلام التى شوهدتها الإعلام الغربى ! فبعد أن انتهت الحروب الأيديولوجية (رأسمالية وشيوعية) رأى الغرب أن الحروب القادمة هى حروب دينية، أو بالأحرى حروب بين الحضارة الغربية والإسلام، وهو ما أوجد مبرراً لمحاولات الولايات المتحدة الأمريكية الرامية للهيمنة وفرض رؤية أحادية على العالم بحجة أن هذه الرؤية سوف تنقذ العالم من دمار محقق، وهى الرؤية التى ساهم فى تعميقها كل من فرانسيس فوكوياما فى أطروحته "نهاية التاريخ"، وصمويل هنتنجتون فى أطروحته "صراع الحضارات". والتى ادعت أن صراع الحضارات هو ضرورة حتمية قادت إليها التطورات الأخيرة وأن العالم ينقسم إلى محورى الخير والشر. يتبناها المحافظون الجدد بالولايات المتحدة الأمريكية، وأن على محور الخير، متمثلاً فى الحضارة الغربية، القضاء على محور الشر، متمثلاً فى الإسلام المتطرف. وهو أمر يجب أن نتصدي له إعلامياً، من خلال التعريف بالإسلام الوسطى الذى يدعو لقيم الإخاء والتسامح والتعايش بين البشر »

« فنحن فى مفترق طرق وعلى أعتاب حضارة إنسانية جديدة أخذت فى التشكل وملامحها أخذت فى التبلور ونظام عالمى قديم يتداعى، فإذا أردنا أن نضع لنا قدماً على خريطة الإعلام العالمى، ولأننا نعيش كثيراً فى المنطقة المعتمدة من العالم فعلى أن نقدم مشروعاً حضارياً - يحشد له إعلاماً ينقذ العالم من كبوته، مشروعاً يدعو إلى تحقيق السلام العالمى وطرح نموذج روحى وأخلاقى فى مواجهة النموذج المادى السائد، ويعالج القضايا برؤية علمية وافعية تواكب المتغيرات على الساحة الدولية »

توزيع : مكتبة الشروق الدولية

٢٢ شارع الأندلس - مصر الجديدة - خلف حديقة ماري لاند
تليفون وفاكس : ٢٢٥٦٦٢٧٥ - ٢٢٥٦٦٤٣٥
٠١٠٠٦٦٣٢٧١٨

Email: shoroukintl@hotmail.com
http://shoroukintl.com

EL Shorouk



978977701094

الإسلام الإسلامى والتحديات المعاصرة